

TEXT TOMÁŠ LOSKOT

FOTO TOMÁŠ ŠKODA,

ARCHIV YOO.CZ

Češi mají erotické fantazie, které touží naplňovat

Když musel jako kluk cvičit hru na housle, záviděl dětem, které řádily venku. Zaměstnat by se nechal jedině jako lesník nebo pošťák, aby se protáhl po hodinách programování. Právě IT profese dovedla hrdého Brňana až k podnikání, jež mu dává potřebnou svobodu. Jeho e-shop YOO.cz je nejen obchod s kvalitním erotickým zbožím, ale především lovebrand s mottem Udělejte si to hezký. „Baví mě vyvracet zkosnatělou představu, že nakouknout do sexshopu je ostuda. Povzbuzujeme lidi k prožívání intimity naplno, protože to ke svobodě prostě patří,“ říká **VOJTĚCH SLÁMA**.

Jak se původní profesí programátor dostal k prodeji erotických pomůcek?

I když se to možná na první pohled nezdá, v mém případě to spolu úzce souvisí, protože erotické zboží prodávám přes internet. Tedy v e-shopu, což je navýsost technologická záležitost. Programování mě začalo bavit už na gymnáziu, pak jsem jej vystudoval na univerzitě a věnuji se mu stále i ve své firmě. Jsem vlastně povahou celkem lenivý člověk a právě programování mi usnadňuje život, protože umožňuje spoustu věcí automatizovat a zjednodušit. Během studia vysoké školy jsem pak v Brně potkal kamaráda,

který mě požádal o vytvoření internetové erotické seznamky – byla to prostě programátorská zakázka. Brzy mě ale zaujalo, že seznamkami denně prošly desítky tisíc uživatelů. V té době – psal se rok 2010 – byla velká díra na trhu, co se týče internetového prodeje erotických pomůcek, proto jsem vytvořil první vlastní e-shop a dal o něm vědět právě lidem aktivním na seznamkách. Pak už vlastně zbývalo jen vybrat a naskladnit zboží na prodej.

Jen? To vyžaduje nějaký kapitál.

Měl jste na to vlastní peníze?

Kdepak. Na první skladové zásoby mi půjčil táta – asi 300 tisíc, které měl našetřené z učitelského platu. Jsem mu opravdu vděčný za tu



důvěru. Myslím, že k ní přispělo i to, že rodiče věděli, jak se stavím k vydělávání peněz. Ode dne osmnáctých narozenin jsem měl živnostenský list a od té doby si přivydělával. O tom, jak s půjčkou od nich hospodařím, měli rodiče naprostý přehled, protože jsem jim každý měsíc dával byznysové reporty, aby viděli, co se s penězi děje.

Jak se rodiče stavěli k tomu, jaký typ zboží jste začal prodávat?

Táta to bral v pohodě od začátku. Máma se s tím smířovala trochu

složitěji. Nějaký čas říkala známým, že její syn prostě programuje, ale postupně uznala, že jde o podnikání jako kterékoli jiné. Jinak mají lidé v mém okolí o můj obor buď velký zájem, nebo jej ostře odmítají. To k tomu asi patří a člověk má dělat, co ho baví a dokáže tomu porozumět. Dříve jsem zkoušel prodávat třeba i sortiment pro zahrádkáře. Ten sice žádné kontroverze nevyvolává, ale zákazníci mě často žádali o odborné rady, které jsem jim nedokázal dát. Erotické

„Stále více Čechů se navíc zbavuje ostychu a třeba už dvě firmy u nás objednaly poukázky pro své zaměstnance jako benefit.“

pomůcky jsou pro mě přirozenější než odrůdy jabloní. Ať už si to člověk přizná, nebo ne, sexualita patří k tomu, že jsme lidé. Také jsem se díky této práci poznal se svou partnerkou Míšou, která se především stará o naše sociální síť a navazuje spolupráci s influencery. Dokáže skvěle vytvářet obsah, který je vzrušující a zároveň vkusný.

Takže se vidíte denně v práci i doma? Není někdy náročné to skloubit?

Míša pro nás nejprve externě psala texty a po půlroce spolupráce jsme se osobně seznámili na teambuildingu. Zamílovali jsme se a samozřejmě řešili, jestli vztah v týmu ukočírujeme. Ale protože nejsem její přímý nadřízený a Míša je uvědomělá, zvládáme to, i když občas je to náročné. Například jsme si stanovili dny, kdy chodíme do kanceláře,

abychom se tam stále nepotkávali. Jelikož nám oběma na firmě velmi záleží a práce nás baví, musíme se často krotit, abychom pracovní věci neřešili i při nedělním obědě nebo večer před spaním.

Byl samotný rozjezd firmy těžký?

Spíše bych řekl, že dobrodružný. První sklad jsem měl doma v panelákovém bytě a podle toho to tam vypadalo: doupe plné polic a regálů se zbožím. Příliš návštěv jsme si s tehdejší přítelkyní raději nezvali. Asi ne každý by měl pochopení jako její babička, která se diplomaticky zdržela komentáře při nahlédnutí za závěs skrývající spoustu překvapení. Vydrželi jsme to takhle dva roky a pak už jsem začal přemýšlet nad pronájmem normálního skladu. Občas se totiž některá hračka v krabici spustila a to vrnění vás spolehlivě vzbudí ze spaní. Navíc rostl počet objednávek, nestíhal jsem je odbavovat, takže bylo potřeba najmout brigádníky a nechtěl jsem je vodit k sobě domů. Teď máme kancelář a sklad v pronajatých prostorech v Brně, které zrovna rozšiřujeme, dokončujeme zbrusu nový showroom a pracuje zde skvělý tým deseti zaměstnanců.

Jací lidé pracují v sexshopu? Co musí umět?

Určitě je důležité, aby měli k erotice kladný vztah a hlavně uměli naslouchat zákazníkům a přistupovali k nim profesionálně a s respektem. Trpělivost a schopnost laskavým způsobem řešit dotazy je nenahraditelná. Lidé se ptají i na to, co je na webu dobře popsáné – a to je v pořádku, potřebují se ujistit. Na zákaznickou podporu lidí sami školíme a postupně si projdou ve skladě všechny produkty. Dobře se bavíme, když třeba běháme po kanceláři s vibračním vajíčkem v dlani a testujeme dosah dálkového ovládání. Na úspěch firmy má sice velký vliv i těch patnáct let vývoje e-shopu, ale kvalitní zaměstnanci jsou ještě důležitější. Sám jsem na začátku trochu tápal ve výběru zboží, ale to

právě změnil příchod pracovníků, kteří věděli, co mají prodávat. Je to navíc hodně rozmanitá parta. Jedna kolegyně napsala pornoromán, jiná naše skvělá textařka je původně inženýrka nábytkového designu a další kolega je specialista na gastronomii.

Dá se popsat váš typický zákazník?

Nakupují u nás opravdu různí lidé, každý má jiné touhy a potřeby. Závisí to hodně na tom, v jaké životní fázi se zrovna nacházejí. Někteří si pořizují erotické hračky, aby si s nimi zpestřili svůj milostný život. Jiné k nám dovede problém, který chtějí vyřešit – například nízká chuť na sex nebo potíže s erekcí. Nakupují u nás muži i ženy, zadaní i single, mladí i starší. Podle našeho průzkumu mezi spotřebiteli ze začátku roku čtvrtina lidí nakupuje erotické pomůcky pro využití v páru, zatímco čistě jen pro sebe pouze desetina. Tato data poskytují nový pohled na mýtus, že erotické hračky jsou hlavně pro ty, kdo nemají partnery. Opak je pravda, v hojné míře je nakupují a využívají také páry. Stále více Čechů se navíc zbavuje ostychu a třeba už dvě firmy u nás objednaly poukázky pro své zaměstnance jako benefit.

Co stojí za tím, že lidé jsou postupně otevřenější k nakupování erotických pomůcek?

Rozhodně tomu pomáhá moderní design výrobků – vše už nemusí vypadat realisticky nebo až vulgárně, ale jsou naopak k dostání velmi elegantní a diskrétní produkty. Dnes může jít o luxusní dárek pro protějšek nebo i sebe sama, který se nemusí schovávat v obchodě se zalepenými okny. Svůj přínos má určitě i osvěta, o níž se také snažíme. Spolu s odborníky, například sexuology a terapeuty, vytváříme obsah pro média a sociální sítě, jímž lidi motivujeme, aby se nebáli prozkoumat svou intimitu. Pomocí anonymních dotazníků, do kterých se zapojilo už několik tisíc lidí, se snažíme mapovat, po čem lidé opravdu touží.

VOJTĚCH SLÁMA

- **Brněnský patriot ve svém rodném městě také podniká – založil a vede úspěšný e-shop s erotickými pomůckami.**

Absolvent Fakulty informačních technologií VUT v Brně ve volném čase programuje roboty na kryptoburzy.

Když zrovna neprogramuje, zajde si do přírody zaběhat nebo vylepšuje domácnost – vrtá, sváří, uklízí.

Miluje dobrodružství a výlety do míst, kde ještě nikdy nebyl. Má rád pořádek – jeho byt je vždy perfektně uklizený a všechny věci mají své místo.

Se smíchem dodává, že aby měl po kom uklízet, pořídil si partnerku a psa.

Jaké jsou tedy erotické fantazie Čechů?

V nedávném průzkumu jsme se lidí ptali, co se ještě neodvážili realizovat, i když po tom touží. Ženy nejčastěji uvedly tantrickou masáž (46,4 procenta), muži zase skupinový sex (41,9 procenta). Odpovědi dále ukázaly, že ve vnímání erotických fantazií u žen a mužů nejsou příliš velké rozdíly, pokud jde o praktiky, které je možné označit jako běžné a snadno realizovatelné. Také ale sledujeme vědecké výzkumy a porovnáváme je s tím, co vidíme v našich statistikách. Například podle studie Národního ústavu duševního zdraví během první vlny pandemie cítilo zvýšenou sexuální touhu 42 procent Čechů. My jsme na YOO.cz na začátku viděli mírný pokles nákupů, který se po dvou týdnech přehoupl do mírného

že potřebuje hračku pro manželku. Vybrali jsme společně jeden z lepších vibrátorů, ale bylo vidět, že se to od něj očekává, a tak by ještě rád něčím překvapil. Padla volba na satsifyer, to je jedna z nejúspěšnějších kategorií hraček pro ženy. Konkrétně na model s roztomilým designem tučňáka. Za dva dny se rozrazí dveře, v nich náš starý známý a volá: „Tak jsem tady zase! Se ženou jsme vyzkoušeli toho tučňáka. Prosím vás, to byla jízda! Ne-u-vě-ři-tel-ný! Beru ještě jeden pro milenkku!“

Dovedete si představit, že se budete prodejem erotických pomůcek zabývat i v důchodu?

Jasně, proč ne? Mnoho našich zákazníků je v důchodovém věku, tak jim alespoň budu věkově blíž. Erotické pomůcky jsou zbožím jako každé jiné. Nedovedu si představit, že bych

tu funkcí – záleží, co zákazník od výrobku očekává. Může si pořídit minivibrátor, ale také dvojitý či trojitý nebo s realistickým vzhledem. Některé mají zase rotační funkci, jiné jsou určeny na bod G nebo na klitoris. Pak jsou vibrátory s elektrostimulací, modely pro nošení v kalhotkách a také high-tech a extra výkonné typy. Také se vybírá podle preferovaného materiálu, což může být silikon, kov, guma nebo i sklo. Nejdražší luxusní vibrátor, jež máme aktuálně v nabídce, stojí 5499 korun a nejlevnější minivibrátor je za 169 korun. Pokud nehledáte přepychový dárek pro svou polovičku ani levnou hračku pro zábavu, doporučuji zvolit zlatý střed.

Jak plánujete dál růst?

Záleží nám hlavně na zákaznících v Česku. Chceme, aby se seznámili

„Na první skladové zásoby mi půjčil táta – asi 300 tisíc, které měl našetřené z učitelského platu.“

růstu. I když je tedy koronakrize velkou zkouškou pro celou společnost, radě lidí nepochybně umožnila zpomalit, přehodnotit priority a více si užívat sebe a své vztahy.

Má název vašeho e-shopu YOO.cz nějaký skrytý význam, který s tím užíváním souvisí?

Název jsme hledali několik měsíců, až mě to najednou napadlo na Štědrý den: Jó, chci to hezký. Jó? Yoo? Yoo, tohle chci. A tak se vedle názvu zrodilo i motto Udělejte si to hezký, které povzbuzuje zákazníky, aby si vychutnali každou chvíli. Sám jsem typický zákazník: prostě požitkář, jenž se rád baví – a to jak v osobním životě, tak práci.

Co vás tedy právě v práci pobavilo? Podělíte se o nějakou kuriózní situaci?

Těch už jsme zažili mnoho. Tak třeba se u nás na prodejně zastavil pán,

v důchodu přestal pracovat. Podnikání je sice náročné, ale já mám rád výzvy a prodej erotických pomůcek výzvou určitě je.

Jak podle vás budou vypadat za těch, řekněme, třicet let?

Myslím si, že za třicet let technologie hodně pokročí, těžko odhadovat, jak budou pomůcky vypadat. Budou určitě interaktivnější. Již teď máme mnoho pomůcek, které můžete ovládat přes mobil, či umělé panny, jež dokonale napodobují lidské tělo a třeba i mluví.

Rozhodují se Češi při nákupu erotických pomůcek více podle kvality, nebo ceny? Na jaké ceně podle vás začíná například kvalitní vibrátor?

To nelze zobecnit, stále máme mnoho zákazníků, kteří se rozhodují podle ceny, ale přibývá těch, již chtějí kvalitní produkty. Vibrátorů je mnoho druhů a mohou mít spous-

se značkou YOO.cz a vytvořili si k ní dobrý vztah. Zboží doručujeme i na Slovensko a do budoucna zvažujeme otevření poboček i v Maďarsku a Rumunsku. Oblast e-shopů je tam pět až šest let pozadu oproti nám a místní jsou vděční za každý nový on-line obchod.

Co byste poradil lidem, kteří chtějí rozjet svůj vlastní e-shop, ale váhají, jaký udělat první krok?

Prostě začít, tvrdě makat a nenechat se odradit neúspěchy. Když e-shop vznikne jen jako přivýdělek k práci a člověk se mu nevěnuje na sto procent, má šanci vydržet tak dva roky. Protože ať už prodáváte cokoli, vždy budete mít konkurenci ve velkých hráčích, jako je Mall nebo Alibaba, kteří nabízejí snad vše myslitelné. Je důležité být pořád ve střehu, stále inovovat a hlavně vás to musí bavit. ■