

Mgr. Marián Chrvala
Kozia 608/19
81103 Bratislava

IČO:40 780 571

Váš list značky/zo dňa:	Naša značka:	Vybavuje:	Dátum:
	1242/28.12.2022 ObjMB171	Bc. Adam Sarlós +421 940 992 326/ adam.sarlos@metroba.sk	28.12.2022

Vec: Na základe cenovej ponuky zo dňa 20.12.2022 si u Vás objednáваме komunikačný koučing v objeme 19 hodín.

Miesto dodania predmetu zákazky: METRO Bratislava a.s.
Muchovo námestie 12
852 71 Bratislava

Lehota na dodanie zákazky: do 30.08.2023.

Cena spolu: 988,00 s DPH.

Neoddeliteľnou súčasťou objednávky sú prílohy:

Príloha č.1 - Podmienky spoločnosti METRO Bratislava a.s., Primaciálne námestie 1, 811 01 Bratislava pre realizáciu zákaziek na základe objednávky

Príloha č.2 - Cenová ponuka spoločnosti Mgr. Marián Chrvala

S pozdravom

Ing. Zuzana Kolman Šebestová
predsedníčka riaditeľstva

Príloha objednávky:

Podmienky spoločnosti METRO Bratislava a.s., Primaciálne nám. 1, 811 01 Bratislava pre realizáciu zákaziek na základe objednávky

Čl. 1 Úvodné ustanovenia

1. Tieto podmienky upravujú niektoré práva a povinnosti medzi spoločnosťou METRO Bratislava a.s. so sídlom Primaciálne nám. 1, 811 01 Bratislava (ďalej len „objednávateľ“) a druhou zmluvnou stranou (ďalej len „poskytovateľ“) pri poskytovaní predmetu zákazky, kde k uzatvoreniu zmluvy dochádza na základe akceptácie objednávky vystavenej objednávateľom zo strany poskytovateľa.
2. Tieto podmienky sa aplikujú na všetky objednávky uzatvorené medzi poskytovateľom a objednávateľom. Aplikácia týchto podmienok platí v prípadoch, ak sa zmluvné strany písomne v objednávke nedohodnú inak.

Čl. 2 Predmet plnenia a podmienky jeho dodanie

1. Objednávateľ je oprávnený rozšíriť alebo zúžiť predmet plnenia podľa objednávky, v takom prípade dôjde k úprave ceny predmetu plnenia podľa jednotlivých navyšovaných alebo nerealizovaných položiek v zmysle položiek tvoriacich cenu plnenia. V prípade ak takáto automatická úprava ceny plnenia nebude možná, k úprave ceny plnenia dôjde dohodou strán; v takom prípade účinky prejavu vôle objednávateľa smerujúce k rozšíreniu/zúženiu predmetu plnenia nastávajú až momentom uzatvorenia dohody o zmene ceny predmetu plnenia.
2. Pod pojmom „dodanie“ sa myslí protokolárne odovzdanie a prevzatie predmetu plnenia alebo jeho častí, potvrdené podpisom osôb poverených k tomuto úkonu oboma zmluvnými stranami. Predmet podľa objednávky je splnený jeho riadnym dodaním objednávateľovi v lehote určenej v objednávke, v rozsahu a s obsahom dohodnutými v objednávke. Za deň dodania sa považuje deň prevzatia uvedený v preberacom protokole.
3. Poskytovateľ je povinný pri dodaní predmetu objednávky postupovať v zmysle pokynov objednávateľa. V prípade, ak bude toho názoru, že pokyny objednávateľa sú nevhodné alebo neodborné, poskytovateľ je povinný na túto skutočnosť objednávateľa upozorniť a ak objednávateľ na pokyne trvá, poskytovateľ je povinný pokynom sa riadiť ale nezodpovedá za prípadné súvisiace vady plnenia ani v tejto súvislosti spôsobenú škodu.

Čl. 3 Spolupôsobenie objednávateľa

1. Objednávateľ počas spracovávania objednávky poskytne zhotoviteľovi v nevyhnutne potrebnom rozsahu súčinnosť, spočívajúce najmä v odovzdaní doplňujúcich údajov, spresnení podkladov, vyjadrení a stanovísk, ktoré sa nachádzajú u objednávateľa a s ktorými bude objednávateľ oprávnený disponovať a ktorých potreba vznikne v priebehu plnenia tejto zmluvy. Toto spolupôsobenie poskytne zhotoviteľovi za predpokladu jeho výslovného písomného vyžiadania zo strany poskytovateľa, a to v primeranom termíne určenom stranami dohodou.
2. V prípade, že poskytovateľ v priebehu spracovania predmetu objednávky zistí nezrovnalosti v objednávateľom poskytnutých podkladoch, je povinný na tieto objednávateľa upozorniť, inak zodpovedá za škodu.

Čl. 4 Zmena ceny diela

1. Zmluvná cena je dohodnutá ako maximálna, zahŕňa všetky náklady súvisiace s plnením objednávky a je možné ju prekročiť len za podmienok stanovených v objednávke alebo týchto podmienkach. K zmene ceny môže dôjsť v týchto prípadoch:
 - v prípade zmeny sadzby DPH a iných administratívnych opatrení štátu, predmetom ktorých budú úpravy daňových predpisov.
 - v prípade rozšírenia alebo zúženia predmetu objednávky zo strany objednávateľa podľa čl. 2 ods. 1. týchto podmienok,
 - v prípade nevykonania niektorých prác alebo činností zo strany poskytovateľa, ak sa tieto ukážu v priebehu prác ako nepotrebné.

Čl. 5 Platobné podmienky

1. Faktúry musia obsahovať náležitosti podľa ustanovenia § 10 ods. 1 zákona č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov a budú predkladané v dvoch vyhotoveniach. Lehota splatnosti faktúr je 18 dní od doručenia objednávateľovi.
2. Prílohou faktúry musí byť kópia preberacieho protokolu na predmet plnenia podpísaného objednávateľom.
3. Ak faktúra nebude obsahovať všetky náležitosti alebo prílohy podľa týchto podmienok, alebo bude obsahovať nesprávne údaje vrátane príloh k faktúre, bude takáto faktúra zhotoviteľovi vrátená. Zhotoviteľ je povinný predložiť novú faktúru. Lehota splatnosti faktúry začne plynúť odo dňa predloženia novej faktúry.
4. Zhotoviteľ je pláťiteľom DPH podľa zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o dani z pridanej hodnoty“). Predložená faktúra musí ďalej obsahovať náležitosti podľa § 71 ods. 2 zákona o dani z pridanej hodnoty.

Čl. 6 Riešenie zistených nedostatkov, reklamácií.

1. Poskytovateľ zodpovedá za to, že predmet plnenia má v dobe prevzatia dohodnuté vlastnosti, že nie je zhotovený v rozpore s technickými normami a predpismi SR a že nemá vady, ktoré by rušili alebo znižovali hodnotu alebo schopnosť jeho používania za predpokladaným účelom.
2. Ak objednávateľ prevezme vädnu dodávku, má právo na dodatočné bezplatné odstránenie vady poskytovateľom.
3. Na žiadosť objednávateľa je poskytovateľ povinný bez zbytočného odkladu vady svojej dodávky odstrániť, i keď neuznáva, že za vady zodpovedá. V sporných prípadoch nesie náklady až do rozhodnutia o reklamácií poskytovateľ.

4. Ak je vada, ktorá podstatne ovplyvňuje použiteľnosť dodávky, zavinená poskytovateľom alebo vadou predmetu objednávky dôjde k navýšeniu rozpočtových nákladov pri realizácii investičného zámeru na strane objednávateľa, je poskytovateľ povinný uhradiť objednávateľovi škodu podľa príslušných ustanovení Obchodného zákonníka.

Čl. 7 Sankcie.

1. Pri nedodržaní termínu dodania predmetu objednávky zo strany poskytovateľa je poskytovateľ povinný zaplatiť objednávateľovi zmluvnú pokutu vo výške 0,05 % z dohodnutej ceny diela za každý deň omeškania.
2. Pri nedodržaní termínu zaplataenia zmluvnej ceny je objednávateľ povinný zaplatiť zhotoviteľovi zmluvnú pokutu vo výške 0,05 % za každý deň omeškania z dohodnutej ceny diela, ktorá nebola poskytovateľovi objednávateľom vyplatená v lehote splatnosti.
3. Zmluvná pokuta dohodnuté touto zmluvou hradí povinný účastník nezávisle od toho, či a v akej výške vznikne druhému účastníkovi zmluvy v tejto súvislosti škoda, ktorú možno vymáhať samostatne. Uplatnenie zmluvnej pokuty nemá vplyv na náhradu škody vzniknutej neplnením zmluvných povinností.

Čl. 8 Iné práva a povinnosti strán.

1. Poskytovateľ je povinný zachovať mlčanlivosť o všetkých skutočnostiach, o ktorých sa dozvie v súvislosti s vykonaním objednávky, najmä nevyužiť ani nesprístupniť tretím osobám žiadne skutočnosti, informácie, poznatky, podklady alebo iné záležitosti, o ktorých bol informovaný, alebo o ktorých sa dozvedel počas plnenia objednávky. Tieto informácie je poskytovateľ oprávnený poskytovať iba svojim zamestnancom a zmluvným partnerom v rozsahu potrebnom na splnenie objednávky, pričom v plnej miere zodpovedá za dodržiavanie záväzku mlčanlivosti týmito osobami. Týmto ustanovením bude poskytovateľ viazaný aj po odovzdaní predmetu objednávky.
2. Zmluvné strany sa dohodli a súhlasia, že v prípade, ak pri plnení objednávky vznikne autorské dielo, vzťahuje sa na príslušné dielo právna úprava v zmysle ustanovení zákona č. 185/2015 Z. z. autorský zákon v platnom znení (ďalej len „Autorský zákon“) a poskytovateľ udeľuje týmto objednávateľovi bezodplatnú, neobmedzenú a výhradnú licenciu na použítie takto vytvoreného diela na všetky v čase akceptácie objednávky známe spôsoby použítia diela, vrátane spôsobov použítia diela v zmysle ustanovenia § 19 ods. 4 Autorského zákona, najmä nie však výlučne na zverejnenie diela, dokončenie diela, zmenu, spracovanie diela, spojenie diela s iným dielom, alebo iný zásah do diela v neobmedzenom vecnom a územnom rozsahu a na čas trvania majetkových práv k dielu poskytovateľa, v zmysle príslušných ustanovení Autorského zákona. Dielom sa považuje na účely uvedenej licencie aj časť diela, vrátane nedokončeného diela. Strany sa dohodli a súhlasia, že vlastnícke právo k veci, prostredníctvom ktorej je dielo vyjadrené prináleží objednávateľovi. Strany sa dohodli, že všetky majetkové práva autora k dielu vytvorenému podľa objednávky vykonáva vo svojom mene a na svoj účet objednávateľ. Poskytovateľ týmto zároveň udeľuje objednávateľovi súhlas, aby právo výkonu majetkových práv autora postúpil tretej osobe a aby objednávateľ udelil sublicenciu na použítie diela alebo jeho časti vo vyššie uvedenom rozsahu aj ďalším osobám. Strany sa dohodli, že objednávateľ nie je povinný udelenú výhradnú licenciu využiť. Strany sa dohodli, že objednávateľ, ako aj akýkoľvek jeho právny nástupca je oprávnený bez súhlasu poskytovateľa ako autora vykonať akékoľvek stavebné úpravy, opravy alebo udržiavacie práce na stavbe, ak je vyjadrením diela a bola vyhotovená na základe projektovej dokumentácie vyhotovenej poskytovateľom na základe objednávky. Momentom odovzdania jednotlivých plnení objednávky majúci charakter autorského diela objednávateľovi podľa tejto zmluvy nadobúda objednávateľ aj všetky majetkové práva k dielu vyplývajúce z Autorského zákona. Použitie jednotlivých plnení predmetu objednávky zo strany objednávateľa na účely schvaľovacích konaní alebo iné úradné účely sa nepovažuje za porušenie autorských práv. Licencia podľa tohto článku je bezodplatná a zmluvné strany sa dohodli, že poskytovateľ nemá nárok na odmenu za akékoľvek budúce použítie diela objednávateľom alebo treťou osobou, na ktorú bol výkon majetkových práv k dielu postúpený alebo jej bola udelená sublicencia, a to ani po skončení platnosti a účinnosti objednávky. Licencia je udelená na dobu trvania majetkových autorských práv aj vtedy, ak táto zmluvný vzťah zanikne alebo sa zruší pred úplným vykonaním diela poskytovateľom.

Čl. 9 Záverečné ustanovenia

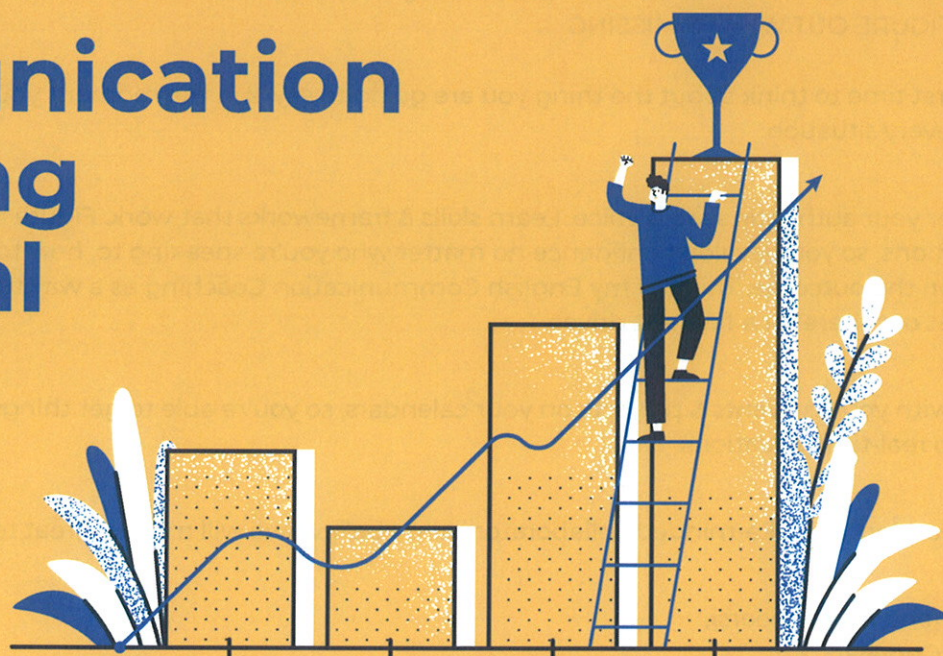
1. V prípade, že akékoľvek ustanovenie týchto podmienok je alebo sa stane neplatným, neúčinným a/alebo nevykonateľným, nie je tým dotknutá platnosť, účinnosť a/alebo vykonateľnosť ostatných ustanovení týchto podmienok, pokiaľ to nevyklučuje v zmysle všeobecne záväzných právnych predpisov samotná povaha takéhoto ustanovenia.
2. Tieto podmienky sú súčasťou objednávky objednávateľa na dodanie zákazky poskytovateľom a sú jej doplnkom a zaväzujú v plnom rozsahu poskytovateľa momentom akceptovania objednávky. Ustanovenia objednávky majú prednosť pred ustanoveniami týchto podmienok.

English Communication Coaching Proposal

Prepared for
METRO Bratislava a.s.

by

Marian Chrvala
22 October, 2022



Dear Zuzana

RE: FOR PEOPLE WHO ARE ALMOST (BUT NOT QUITE) SATISFIED WITH THEIR OWN COMMUNICATION - AND CAN'T FIGURE OUT WHAT'S MISSING

The worst time to think about the thing you are going to say is in the moment you are saying it. I'll prepare you for nearly every situation.

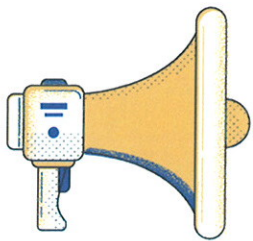
Discover your authentic style & voice. Learn skills & frameworks that work. Figure out how to apply them in a variety of situations, so you develop confidence no matter who you're speaking to, how tough the crowd or how much is riding on the outcome. Think of my English Communication Coaching as a way to learn the rules of the road and then get out there for a few test drives.

I work with you on events & projects on your calendars, so you're able to get things done quickly, efficiently & apply them to real-time situations.

I love working with like-minded collaborators and I believe we will make a great team.

Cheers (and more cheers),
Marian Chrvala

www.marianchrvala.com | LinkedIn: [@marianchrvala](https://www.linkedin.com/company/marianchrvala) | +421 903 124201 | iam@marianchrvala.com



How many people are ignoring you? How much is a confusing message costing you? When you talk, do your words add value? If your people don't get the idea, it doesn't matter how brilliant it is. It's going to flop.

MAKE YOUR IDEAS MATTER, STAND OUT WITH A BETTER STORY

Businesses don't struggle to come up with great ideas, they struggle to communicate them. They waste money on websites, glossy collateral and pitch decks that confuse everyone. I've distilled 20 years of my career into sessions where I coach you in English how to step back, ask better questions and clarify your message so you can attract the people you want to serve and inspire them to act.

PROPOSED SERVICES

The Dichotomy Of Leadership

The skill of bringing others along with you can set you apart as a leader. To lead others, learn how to win their hearts & change their minds.





LEAD & WIN

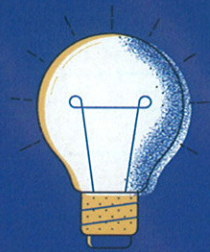
Leaders must lead, but also be ready to follow. They must be aggressive, but not overbearing. Leaders must be calm, but not robotic. They must be confident, but never cocky; brave, but not foolhardy. They must have a competitive spirit, but be a gracious loser. They must be attentive to details, but not obsessed with them. They must be strong but have endurance. Leaders must be humble, but not passive.

- Ego in check
- Decentralized command
- How to detach
- Relationships & conflicts
- Own the room
- Leading up, down & across
- Debrief & evaluation
- Reporting
- Communication

The Art Of Culture Building

Learn what makes the best teams tick & discover how you can apply their lessons to your life.





GAP BRIDGING

Every non-fiction book title in the book store makes a promise to a prospective reader. The author promises to bridge a gap in the reader's knowledge, skills or abilities. The reader believes they will be changed by the time they turn the last page. Your audience is also asking you to make and fulfil promises. What gap does your product or service help your audience to bridge? Who are you promising your audience you can help them to become?

- Value proposition
- Mission, vision, values
- Feature, benefit, meaning
- Purchase drivers
- Problem, question, roadblock & result
- Gains & pains
- Start with why
- WIIFM?
- Jobs-to-be-done
- I vs You
- Marketing message

Is Your Deck Bland & Dry?

Learn how to make an impact with your deck, spread your ideas & become impossible to ignore.





QUESTION OF CHOICES

What makes you the best choice for the people you want to serve? What makes these people the best choice for you? What stories do you choose to tell them about the value you create? What choices do you make every day about how to build your business? How do those choices help you to earn the trust of the people?

- Ethos, pathos, logos
- Rhetoric
- Speech analysis
- Presentation strategies
- Dry runs
- Numbers & graphs
- Slide design
- 10, 20, 30 rule
- Promised land
- Storytelling ABC

Marketing & Branding

Branding is the way you make people feel when they engage with you. There's extreme value in this.



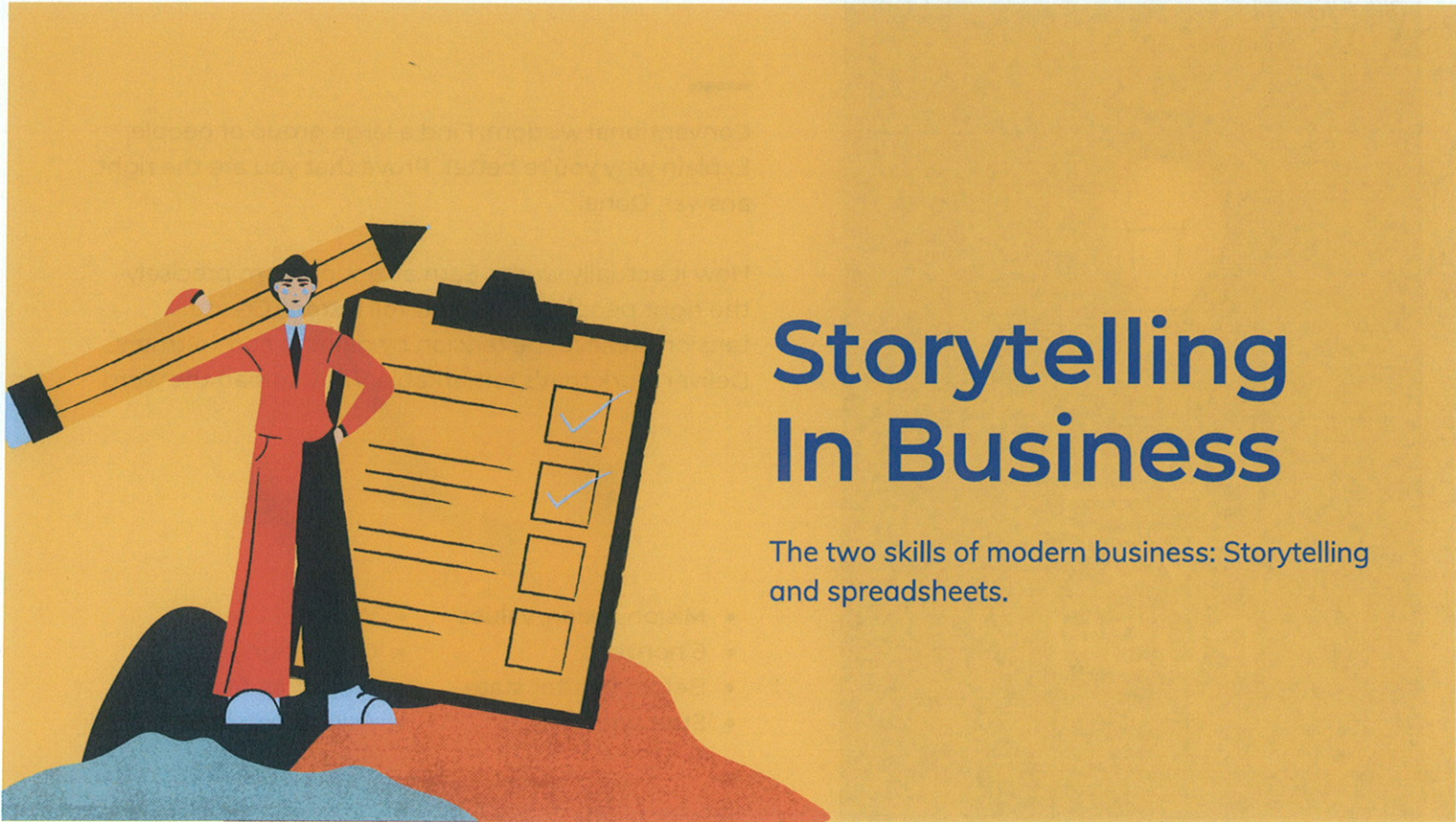


PULL VS PUSH

Conventional wisdom: Find a large group of people. Explain why you're better. Prove that you are the right answer. Done.

How it actually works: Earn attention from precisely the right people. Gain trust. Tell a story. Create tension. Relieve the tension by gaining commitment. Deliver work that's remarkable. They spread the word.

- Mission, vision, values
- 6 horizons
- Before vs after state
- Start with why
- WIIFM?
- Copywriting basics
- A product fit
- Asking better questions



Storytelling In Business

The two skills of modern business: Storytelling
and spreadsheets.



SOMETHING MUST BE WON OR LOST

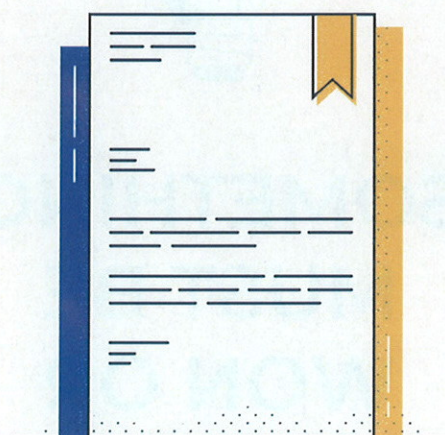
If you want to be the best in the world, don't start by trying to create the best product or service. The hard truth is that people are rarely moved to purchase something by looking at a list of product features, a chart of facts, or a spreadsheet of data. If you want to connect with your customers, start by figuring out how people want to feel and who they want to become. Then tell a story that matters.

- Want vs desire
- A customer
- Who wants something
- Has a problem
- Meets a guide
- Who has a plan
- That ends in success
- Prevents failure

YOUR INVESTMENT

52€/45min session

I coach in English / Slovak
One-to-one
Online
Offline





YOU HAVE SOMETHING TO SAY. I'M HERE TO HELP YOU SAY IT.

I'm a speaker, media curator, blogger & Korean otaku. I consume tons of books, videos & podcasts every day to help you find your voice, give your ideas verbal beauty & teach you how to create the impact you want. I get frustrated when I see great people with great ideas being ignored & misunderstood just because their communication sucks. I have a simple fix. You don't need to change your product. You just need to present it differently. That's it. Am I a coach, trainer, teacher, or consultant? Well, I am just a guy noticing things. I connect the dots, steal what is useful, discard what is not & add what is uniquely my own. I always come to share what I know with the hope of hearing what you know because I want to learn too. I am a student of communication.

THANK YOU



It's been a privilege working with the top people from different industries. Thank you for your support and encouragement as I've built my business over the past years. You probably don't realise how powerful an impact you have had on me :

Samsung, Embassy of Romania, MSD, Embassy of Russia, Trenkwalder, Die Berater, Bauer, United Consultants, Amgen, MARK BBDO, DATALAN, McRoy, ABB, Slovak-Austrian Chamber of Commerce, Zuno, Tatra banka, Cauldron, Sberbank, German-Slovak Chamber of Commerce, Bratislava Tourist Board, Galderma, SmartHead, Modry Konik, Davar, Hartmann-Rico, Develogics, Vipharma, SLSP, Oberbank, GTS, Castor & Pollux, ESET, NBS, SANOMED, BID, Novo Nordisk, One Pharma

Marian is among the best supporters I have had in become aware of the manifold cultural differences between Slovakia and Germany. He was an active and conceptually refined contributors to strategy for marketing and communication; his input was of outstanding quality, thought provoking and incisive.

- Peter Kompalla, Executive Director at German-Slovak Chamber of Commerce (AHK Slowakei)

Marian showed me how to simplify my way of approaching potential clients. If you need to sell yourself better, Marian will make YOU capable to do it. He does not give you everything on golden plate; he will teach you how to master communication eventually on your own.

- Ivan Košalko, Owner of Košalko Consulting

Learning how to communicate your message in English shouldn't be confusing or hard. And now, as a communication coach, Marian ensures that it isn't. In his sessions he distills the critical elements of presenting, speaking & storytelling in the business environment, so anyone can attract their ideal customers & sell more.

- Bronislava Kretikova, Experienced Sales Manager | Hospital Insights | Risk Prevention | Wound Management

Marian was constantly striving to match our lessons with building management skills, providing marketing tips, giving advice on networking and much more.

-Maros Priganc, Consumer Business Unit Head Central Europe at Nestlé Skin Health

Marian is a professional with deep knowledge covering psychology,marketing communication and branding.

- Bohdan Fedor, Head Of Marketing Communications at W.A.G.

It's rare that you come across such a professional and talented person as Marian. I have had a pleasure of studying The Art Of Talk with him for more than 6 months and I must say he really walks his talk. His personal values, what he says and how he acts, all is in harmony.

- Veronika Osvaldová, CEO at SmartHead - Corporate Sustainability

Marian gave me a different point of view when it comes to the art of talk, consumer psychology and the language of persuasion. With his help I was able to recognize where

- Lubomir Haviernik, Managing partner, DAVAR, sro



MARIAN CHRVALA

COMMUNICATION EXCELLENCE

www.marianchrvala.com

+421 903 124201

iam@marianchrvala.com

[LinkedIn](#)