

MANAGER

& woman

& man

MAGAZYN PRZEDSIĘBIORCZYCH
NR 2 (9) | KWIECIEŃ / MAJ / CZERWIEC 2010

7,99 W TYM 7% VAT

**JOHN
GEOGHEGAN**
IRLANDZKI SPOSÓB NA BIZNES

**MAGDA
GESSLER**
REWOLUCYJNY PRZEPIS NA SUKCES

POD BRANDEM
EVA MINGE

PRACA
OFERTY DLA
MANAGERÓW

GENIALNY UMYŚŁ
**JAK MYŚLEĆ
I DZIAŁAĆ
KREATYWNIE**

MOWA CIAŁA
CZYLI
KOMUNIKACJA W SPRZEDAŻY

ZARZĄDZANIE FIRMĄ W KRYZYSIE



INDEX: 246859

KONKURENCJA MA REKLAMĘ, A JA MARKETING SZEPTANY

JOHN GEOGHEGAN

PREZES SPÓŁKI MENOLLY POLAND

Kiedy czasy stają się trudne, dobry manager powinien oczyścić swój umysł. Skupić się wyłącznie na tym, co robi, i krok po kroku dążyć do końcowego rezultatu. Te zasady pomogły mi w niełatwym 2009 r. Sytuacja już się poprawia, a rozwijanie firmy w Polsce, w Warszawie, może być niezłą zabawą.



Fot.: Rafał Mieszka

Kiedy pierwszy raz jechałem z Okęcia do centrum, już wiedziałem, że tu jest inaczej. Zobaczyłem drapacze chmur i poczułem energię miasta. Myślę, że wysokie budynki w jakiś sposób świadczą o charakterze ludzi je zamieszkujących, o ich ambicji, która jest na tyle duża, by stawiali ogromne wieżowce.

Tomasz Boguszewicz: Na czym polega praca managera kierującego firmą deweloperską stawiającą „Nowe Powiśle”, czyli realizującą jedną z najmłodniejszych inwestycji w stolicy? To mrówcza praca w biurze, czy raczej bankiety, spotkania z ludźmi, dbanie o wizerunek?

John Geoghegan: Raczej to ostatnie. Spotkania z osobami, które kupują lub chcą kupić nasze apartamenty, to najprzyjemniejsza część mojej pracy.

T.B.: Kim są pańscy klienci?

J.G.: To interesujące osobowości. 99% z nich to Polacy, mieszkańcy Warszawy. Typowy klient ma około 40 lat, jest biznesmenem pracującym na własny rachunek, poszukującym dobrej lokalizacji w pobliżu centrum. Jest trochę ludzi związanych z modą, reklamą, mediami, architekturą. Eklektyczny miks. Nie da się ich wtłoczyć w żaden stereotyp. Wielu stało się źródłem ciekawych kontaktów biznesowych. Klienci to najprzyjemniejsza część tego biznesu. Są też mniej ciekawe jego aspekty. Na przykład 2009 r. nie był wcale wesoły, sprzedaż się zmniejszyła. Na szczęście wygląda na to, że kryzys już mija. W ubiegłym roku wielu ludzi czekało na rozwój wydarzeń w gospo-

darce. Teraz przekonali się, że PKB kraju wciąż rośnie, a oni wciąż mają pracę. My w tym czasie staliśmy się bardziej elastyczni, choćby w kwestii cen. Zatem wiele osób pomyślało: „w zasadzie czemu nie kupić niezłego mieszkania?”. Pomógł nam także marketing szeptany. Udało się nam stworzyć dobry klimat, sieć poczty pantoflowej. Klienci polecali nas swoim znajomym, informacje krążyły. W tym samym czasie część konkurentów wydawała krocie na marketing i reklamę, była w centrum medialnej uwagi, ale nie wpływało to korzystnie na interesy. My sprzedawaliśmy apartamenty. Ułatwiało nam pracę także to, że część osób niekoniecznie szuka mieszkań budowanych w ramach głośnej, szeroko rozpropagowanej inwestycji.

T.B.: W jaki sposób manager zdobywa taką ilość informacji o klientach?

J.G.: Nasza firma jest inna. Mamy swój, irlandzki sposób na biznes. Jak najwięcej rozmawiamy z klientami bezpośrednio. Oprowadzamy ich po inwestycji, skracamy dystans. Wielu z nich wpada do nas co jakiś czas na kawę, porozmawiać, dowiedzieć się o postępy prac. Do tego jesteśmy elastyczni. Prze-



pisy i regulacje traktujemy z pewnym luzem, choć oczywiście przestrzegamy ich. Polskie firmy w tych kwestiach bywają nieco zbyt sztywne. Według mnie taka taktyka nie bardzo już się sprawdza w szybko zmieniającym się świecie.

T.B.: Polscy managerowie narzekają na warunki prowadzenia firm w naszym kraju. Zbyt wiele przepisów, podatki, kontrole...

J.G.: Rozwijanie firmy w Polsce może być całkiem niezłą zabawą. Obowiązuje wiele regulacji, ale wbrew obiegowym opiniom ich liczba nie jest znacząco większa niż w Wielkiej Brytanii czy Irlandii. Do tego bardzo lubię pracować z Polakami, szczególnie tymi, którzy wcześniej nie współpracowali z Irlandczykami. Bardzo szybko wpasowują się w nasz sposób działania polegający na maksymalnie sprawnym wykonaniu zadania. Jeśli masz problem, zdarzył się błąd, nie ukrywaj go. Powiedz o nim komu trzeba, swoim partnerom, by mieli szansę go naprawić. Polacy mają więcej entuzjazmu i są bardziej przyjaźni niż np. Węgrzy, z którymi wcześniej prowadziłem interesy.

T.B.: Węgry to Balaton, winnice, tokaj. Wydawać by się mogło, że ludzie mają tam bardziej otwarty, południowy charakter?

J.G.: Cóż, spędziłem rok na Węgrzech, poważnie analizując około 150 projektów inwestycyjnych. Żaden z nich nie miał sensu. Zrzędzeniem losu, za rekomendacją przyjaciela, który opowiedział nam o ciekawych terenach nad rzeką w centrum miasta, o starej warszawskiej elektrowni, którą można przerebić na lofty, Menolly pojawiło się w Polsce. Kiedy pierwszy raz jechałem z Okęcia do centrum, już wiedziałem, że tu jest inaczej. Zobaczyłem drapacze chmur i poczułem energię miasta. Myślę, że wysokie budynki w jakiś sposób świadczą o charakterze ludzi je zamieszkujących, o ich ambicji, która jest na tyle duża, by stawiali ogromne wieżowce. Węgry są dobrym miejscem do zamieszkania, ale nie bardzo się nadają do interesów.

T.B.: Czy kryzys ekonomiczny nauczył pana, jako managera, czegoś, co przyda się w Polsce, na Węgrzech i we wszystkich innych krajach?

J.G.: Tak, skupienia. Jeśli czasy stają się trudne, skup swój umysł, całego siebie na tym, co robisz, odrzuć wszystko inne, mniej ważne. Wykonuj swoją pracę, zadbaj o jej wyniki. Krok po kroku, etap po etapie, dokładnie. Te zasady pomogły mi w czasie kryzysu w niełatwym 2009 r.

T.B.: Zdaje się, że nie obyło się bez trudnych decyzji, zwalniania ludzi?

J.G.: Skupienie się na następnym zadaniu pozwala posuwać sprawę do przodu. Trzeba jednak pamiętać o timingu. Dobre decyzje podjęte w złym momencie, zbyt późno, nie przyniosą spodziewanego efektu. Musieliśmy wykonać trudne kroki, zrestrukturyzować firmę. Głęboko cięliśmy koszty. Jednak wszyscy zdają sobie sprawę, jakie są konsekwencje kryzysu. Jakiś czas temu zwolniłem pewną osobę. To była trudna decyzja. Kilka dni temu mój były pracownik zadzwonił do mnie, mówiąc: „John, znalazłem pracę!”. To świetna wiadomość, nie tylko dla niego, ale także dla całego naszego biznesu. Jeśli zwolniony pracownik znów został zatrudniony, oznacza to, że nie zamarła aktywność ekonomiczna, że rynek pracy się budzi.

T.B.: Jaki będzie pański następny projekt?

J.G.: Adaptacja starej elektrowni na brzegu Wisły. To jedna z najbardziej ekscytujących inicjatyw tego typu w Polsce. Na obszarze 2,7 ha chcemy zbudować coś podobnego do Starego Browaru w Poznaniu. Trwają rozmowy z miejskim konserwatorem zabytków. Pragniemy stworzyć miejsce łączące mieszkalne lofty z powierzchniami biurowymi i sklepami. Przestrzeń otwartą, przyjazną dla ludzi.

Rozmawiał Tomasz Boguszewicz

