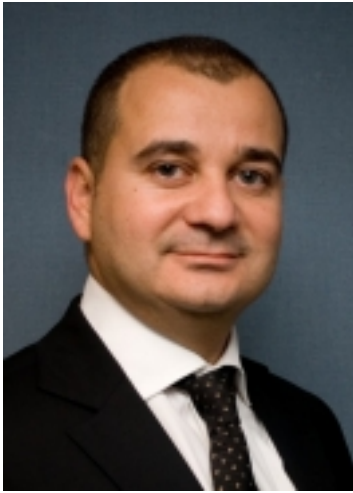


Tewfik Sabongui (JLLS): Chceme byť klientova prvá voľba, jeho naj dôveryhodnejším poradcom



Author: SF / Juraj Pokorný | Published: 30.06.2011

Spojené spoločnosti fungujú v 30 krajinách a 70 trhoch regiónu Európy, Blízkeho Východu a Afriky (EMEA) a zamestnávajú dokopy 5 300 pracovníkov. Predpoklad znie, že uvedenou transakciou vznikne jednoznačný líder v Spojenom kráľovstve i kontinentálnej Európe s podstatne väčšou silou a rozsahom služieb v regióne, ako aj s potenciálom účinnejšieho prieniku na rýchlo rastúce trhy strednej, východnej a juhovýchodnej Európy. Odpovede na s tým súvisiace otázky nám poskytol Tewfik Sabongui, generálny riaditeľ spoločnosti Jones Lang LaSalle pre Českú a Slovenskú republiku.

Pôsobenie realitno-konzultačných spoločností nabralo v ostatnom čase nový dych. Niekedy to dokonca vyzerá tak, ako keby medzi ním a krízou fungovala nepriama úmera: čím väčší útlm na strane investičného developmentu, stavebnej produkcie či obchodovania s nehnuteľnosťami, tým silnejšia aktivizácia spoločností poskytujúcich realitné poradenstvo. Čím si tento jav vysvetľujete?

V ťažkých časoch potrebujú byť developeri a klienti neustále informovaní o tom, čo sa deje na trhu, aby boli schopní prijať správne rozhodnutia a porozumieť tomu, ako sa trh vyvíja. Preto je dôležité, aby realitní poradcovia s týmito klientmi veľmi úzko spolupracovali. Avšak s nedostatkom údajov je poskytovanie presných informácií náročnejšie. Na druhej strane, ak trh stagnuje a rozhodovací proces trvá omnoho dlhšie než za normálnej situácie, poradcovia musia byť neprestajne aktívni, aby usmerňovali klientov k uzavretiu transakcií.

Konkurencia nie je možno ani tak silná ako početná. Bol aj toto jeden z dôvodov, prečo ste sa rozhodli pre fúziu vašej spoločnosti s King Sturge?

Naše zlúčenie bolo prirodzeným krokom na zotavujúcom sa trhu. K fúziám dochádzalo a dochádza naprieč všetkými odvetvami a ani v našom odbore tomu nie je inak. Naš zámer nebol stať sa najväčším, ale chceli sme našim klientom ponúknuť viac schopností a širšiu škálu služieb. Obe spoločnosti boli v tomto smere perfektným spojením. Takto môžeme teraz poskytovať širší rozsah služieb, a to i vo väčšom geografickom zameraní.

V biznise je značka minimálne taká dôležitá ako obsah, ktorý navonok reprezentuje. V danom prípade však spojením dvoch uznávaných značiek nedochádza k zavedeniu novej identity, ale k formálnemu, a do značnej miery aj k faktickému „pohlteniu“ spoločnosti King Sturge spoločnosťou Jones Lang

LaSalle. Alebo ide o nedorozumenie?

To nie je ten prípad. Obe naše spoločnosti si zakladajú na vysokých hodnotách v poskytovaní služieb klientom, veľmi vysokom etickom kódexe a na oddanosti klientovi. Máme mnoho talentov a skúsených profesionálov, a tak zlúčením vytvoríme tím veľmi odborných ľudí, no súčasne zachováme dedičstvo a kultúru oboch spoločností.

Napriek tomu vaše konkurenčné pole nie je bezvýznamné. V bratislavskom regióne pôsobí silné zoskupenie Bratislava Research Forum zoskupujúce tri renomované realitno-konzultačné spoločnosti (CB Richard Ellis, Cushman & Wakefield a Colliers International), ktoré zásobujú realitný aj mediálny trh kvartálne vydávanými reportmi, analýzami či prieskumami o stave jednotlivých segmentov trhu s nehnuteľnosťami.

K vášmu konštatovaniu by som dodal: áno, a aj my máme v regiónoch podobné fóra, ktoré sa zaoberajú prieskumami trhu. Naša terajšia fyzická prítomnosť na slovenskom trhu a naše silné schopnosti a zručnosti v oblasti prieskumu realitného odvetvia dopomôžu k tomu, aby sa stal transparentnejší. Čím viac informácií sa o danom trhu zdieľa a čím transparentnejší sa stáva, tým viac to tiež, okrem iného, poukazuje na vyspelosť, ktorú dosahuje, a to potom priťahuje investorov aj s tým spojené investičné možnosti.

Pravidelne dávajú o sebe vedieť aj CEEC Research, KPMG či Century 21 Slovakia alebo RE/MAX, ktoré popri implantovaní medzinárodných kritérií do profesie realitných maklérov ponúkajú široké spektrum služieb v oblasti nehnuteľností. Ako a čím chcete v tomto boji o klienta obstáť?

Konkurencia je zdravá vec. Jedným z našich hlavných pohonov je byť na takých trhoch, kde nás chcú mať naši klienti. Sme globálna spoločnosť s talentami, schopnosťami a zmluvami, ktoré môžeme ponúknuť na lokálnej úrovni. Mnoho našich klientov je aktívnych tiež na regionálnej úrovni, a preto im budeme schopní poskytnúť lepšie služby lokálne, vďaka našej regionálnej platforme.

Ako bude vyzerat' portfólio činností a služieb staronovej Jones Lang LaSalle po splynutí s King Sturge? Predpokladáte, že bude nevyhnutné prikrčiť k jeho revízii a nanovo ho zadefinovať?

Ako som sa už zmienil, obe spoločnosti ponúkali širokú škálu služieb a kombináciou našich obchodných aktivít budeme pokračovať v ich poskytovaní a budeme sa pozerat' na možnosti rozšírenia týchto služieb na základe potrieb a požiadaviek našich klientov.

Pristavme sa na chvíľu pri metodike zberu a vyhodnocovania údajov. Sú postupy univerzálne, a teda spoločné pre všetkých, no každá spoločnosť má aj svoje vlastné know how. To vaše nemusíte prezrádzať - stačí, ak naznačíte všeobecné princípy, na ktorých je postavené.

Všeobecne platí, že najlepšia informácia, ktorú môžete získať, je, ak sa aktívne podieľate na danom trhu. Vďaka nášmu širokému zameraniu disponujeme dobrou znalosťou a pochopením trhu, na ktorom sa podieľame a ako globálna spoločnosť tiež zdieľame informácie, na ktorých pracuje tím profesionálnych analytikov.

Patrí už asi k typickým znakom krízy, že autori pravidelne vydávaných správ poskytujú svojim odberateľom iba holý, časovo obmedzený popis faktickej a číselnej štatistiky, kým analýze vzťahov a súvislostí medzi nimi či odhadom dlhodobějších - nadčasových trendov sa vyhýbajú. Bežne sa potom stáva, že aktualizácia výhľadovej prognózy je zakaždým iná.

Náš prístup je byť vždy úprimný o tom, čo hovoríme alebo odporúčame našim klientom. Náš vzťah je vždy založený na dôvere. Nikto z nás nevlastní krištáľovú guľu, a tak môžeme byť len takí presní, ako nám to trh a informácie dovoľia.

Pri veľkom počte realitno-poradenských subjektov pôsobiacich na relatívne malom priestore sa logicky nemožno vyhnúť často sa vyskytujúcej duplicitě ich informačných produktov, niekedy až s vyústením do diametrálne odlišných záverov. Beriete tento fakt pri svojej práci do úvahy, alebo ho len čisto „evidujete“?

Nie som si istý, či rozumiem vašej otázke správne. Na údaje a štatistiky sa dá pozerat' niekoľkými rôznymi spôsobmi. Preto je dobré, ak taká informácia môže byť zdieľaná, ako to robia napríklad realitné fóra. Avšak spôsob, akým my analyzujeme a definujeme naše prieskumy, rešpektuje pravidlá odvetvia.

Môžete jednou vetou charakterizovať ambície spoločnosti Jones Lang LaSalle v časopriestore Európy do roku 2015?

Bezpochyby chceme byť klientova prvá voľba, jeho naj dôveryhodnejším poradcom a i naďalej najetickejšou spoločnosťou.

30.06.2011 08:40, SF / Juraj Pokorný