

Jakub Holec, 108 Agency: Pracovní motivace ve velkých firmách je slabá



Author: SF / Petr Bým | Published: 16.09.2011

Vy jste z King Sturge odešel - abyste založil vlastní agenturu - zhruba před dvěma lety. To právě vrcholila krize. Zdá se to být dost odvážné, možná až neuvážené rozhodnutí?!

Ale právě naopak. Tehdy bylo skoro jisté, že už to nemůže být horší. To je dobrý pocit, když víte, že to už bude jenom lepší.

Poptávka po realitních službách ale byla jistě nízká, v takové době nabízet trhu další kapacitu je skoro nesmysl.

To jsou dvě věci najednou. Za prvé: poptávka sice byla slabá, ale nějaká byla, ani nejhorší krize přece neznamená, že se věci úplně zastaví. Ale byla to poptávka trochu jiná. Po letech zaběhaných praktik se firmy pod ekonomickým tlakem začaly rozhlížet po úsporách a v rámci toho se začaly nabourávat standardní vztahy. Když všechno funguje, jak má, není důvod hledat nové cesty či způsoby, ale krize je pro to důvod naopak velmi silný. To nám otevřelo cestu.

A za druhé?

Ono to s tím souvisí. My jsme sice, jak jste řekl, „další“ kapacita, ale věříme, že jsme kapacita trochu jiná, odlišná od jiných. Ta jinakost je v tom, že nabízíme, nebo směřujeme k tomu nabízet, vysoký standard, srovnatelný třeba právě s King Sturge a podobnými firmami, ale za „české“ peníze.

Skutečně si myslíte, že jste po dvou letech praxe schopni přenést do své firmy know-how společnosti s historií leckdy počítanou ve staletích, s tisícovkami zaměstnanců a zkušenostmi ze všech koutů světa?

Víte, ony reality, respektive obchod s nimi zase tak velká věda nejsou. U velkých etablovaných firem samozřejmě všechno probíhá na té nejvyšší úrovni: dlouhé prezentace plné barevných grafů, reprezentační prostory včetně úctyhodných recepcí, známosti s novináři a vůbec sofistikované public relations. Ale to je jen povrch, pozlátka, za kterým se neskrývají žádná kouzla a čáry. S pracovním stylem těchto firem se bohužel pojí i některé nešvary.

O čem teď mluvíte?

Například některé slabší povahy hřeší na sílu značky, díky které zakázky přicházejí téměř samy. Mě vždycky ale lákaly spíš nové věci než prošlapané cestičky, a tak jsem to zkoušel i ve své obchodní praxi. A i když jsem byl úspěšný, bohužel se to příliš neprojevovalo na mém ohodnocení. Po nějaké době jsem se začal potýkat se ztrátou motivace a tak jsem se rozhodl opustit „své jisté“ a prověřit sebe sama.

Teď potřebnou motivaci máte?

Pochopitelně. Děláte na svém, navíc každý realizovaný obchod firmu posouvá viditelně a prakticky dopředu, přibývají zaměstnanci, zvětšují se prostory firmy, to jsou zásadní změny a posuny.

Oblíbenou kratochvílí lidí, odcházejících ze zavedených firem, je přetahování klientů. Jak jste na tom byli vy a King Sturge?

Žádného zákazníka jsem King Sturge neodloudil. Faktem ale je, že v tomto oboru podnikání je to hodně o kontaktech a známostech. Takže to, o čem mluvíte, se skutečně děje, ale často bez záměru. Takovým způsobem jsme získali zakázku pro Husqvarnu, kterou jinak má v portfoliu King Sturge. Oni se prostě po pár měsících sami přihlásili, protože mne znali. Ale upřímně řečeno, opravdovými konkurenty King Sturge či DTZ nejsme a nemůžeme být. Už z logiky věci je jasné, že nemůžeme obsluhovat nějakou skutečně velkou nadnárodní korporaci. Což ovšem neznamená, že od nich nikdy žádnou zakázku, třeba menší, nezískáme.

Máte ještě nějakého takového klienta kromě té Husqvarny?

Nedávno se našim klientem stala společnost Siemens. Pro tu budeme v Česku zajišťovat kompletní realitní servis, mají u nás řadu nemovitostí, bude to hodně práce, máme z toho samozřejmě radost. A dalším našim vlnajkovým zákazníkem je plzeňský Prazdroj, tam jde o tentýž servis. V obou případech jde také o nanejvýš kvalitní referenci, která nám otevírá dveře právě i k těm největším klientům.

Není v tomto ohledu vaše specializace na průmyslové, respektive logistické nemovitosti trochu bariérou?

My jsme s industriálem začínali, ale už své aktivity rozšiřujeme i na další segmenty trhu. Je to nutnost. Ten, kdo najímá sklady, obvykle má i nějakou potřebu kanceláří - a zase v tom objektu mohou být v přízemí obchody, takže nakonec je to skoro komplexní spektrum nemovitostí. Takže už začínáme i s kancelářemi i retailem. Nedávno jsme se stali exkluzivním agentem pro pražský Nagano Park. To je zakázka pro Red Group, tedy renomovanou nadnárodní developerskou firmu. Ale objem té zakázky by nejspíš pro JLS či Knight Frank byl příliš malý. Pro nás je to naopak zakázka nanejvýš významná. Tady vidíte, že se naše agentura s mým bývalým zaměstnavatelem o klienty nepere, nejsme si navzájem konkurencí. Jenom trochu.

A kdo je pro vás konkurencí?

Realitní kanceláře, které se až dosud zabývaly výhradně rezidencemi a nyní expandují do oblasti komerčních realit, třeba Svoboda & Williams. Pokud vím, docela se jim daří. Ono to má stejnou logiku jako ta naše expanze. Když sjednáte prodej či pronájem luxusní rezidence pro top-managera velké korporace, zákonitě přijde řeč i na další potřeby toho podniku i v jiných segmentech realit. Proč takový byznys pouštět?

A jak se daří vám?

Já jsem spokojen. Také proto, že na trhu jsou patrné známky oživení. A to souvisí s tím, že ve firmách už panuje větší jistota ohledně budoucnosti, jsou už zase schopny plánovat strategicky. Třeba mladoboleslavská Škodovka vytlačuje ze svého areálu všechny dodavatele, kteří tam sídlí, protože hodlá rozšiřovat vlastní výrobní kapacity. Poptávka po industriálu tak stoupá. Proto třeba VGP už zase začíná

budovat skladové kapacity spekulativně. To před rokem či dvěma bylo nemyslitelné. Logistika tak už má dobře našlápnuto a já věřím, že ostatní segmenty trhu komerčních realit se k tomu brzy přidají.

Mimochodem - co znamená ta číslice 108 v názvu vaší agentury?

Postavení mých iniciál v abecedě. Měl jsem pocit, že je to dobrý nápad, ale není tomu tak. Špatně se to vyslovuje, navíc jde o kombinaci češtiny a angličtiny. Časem se nad tím budeme muset zamyslet ... i když opouštět tak zavedenou prestižní značku by asi nebylo dobré.

16.09.2011 09:54, SF / Petr Bým