



Martin Wolf: Tvrdá práca je nanič, ak zároveň nie je aj efektívna!

Martin Wolf, zakladateľ a riaditeľ Le Loup Agency, ktorá čoskoro oslávi okrúhle 20. narodeniny hovorí nie len o svojich začiatkoch. Ako agentúra vznikla? Čo by poradil začínajúcim podnikateľom? A aké má plány do budúcnosti? Prečítajte si v rozhovore Michaela Simku.

*Autor: Michael Simka
21.6.2021*

Martin, je pondelok 4:30 ráno a sedíme u teba doma na terase. Koľko rozhovorov si už robil takto skoro ráno?

No nie až tak veľa, lebo nie každý s týmto časom súhlasí. Ale je to pre mňa ideálny čas - skôr než začne zhon dňa. Takže som rád, že si na to pristúpil.

No musím povedať, že som nad tým dlho uvažoval a nastavil som si štyri budíky, ale napokon som rád, že sme tu. Ďakujem ešte raz, že si našiel čas vo svojom nabitom kalendári. Povedz nám, čo ťa teraz najviac zamestnáva?

Máme hneď niekoľko veľkých klientov, ktorých kampane sme pred časom spustili, takže veľká časť mojej pozornosti ide tam. Sme v troch ďalších tendroch, a tiež finalizujeme podmienky spolupráce s jedným novým zaujímavým klientom. Nenudíme sa.

Môžeš aj povedať, o akého klienta ide?

Zatiaľ nie, ale môžem povedať, že ide o zahraničnú spoločnosť, ktorá plánuje vstup na náš trh.

Povieš nám aspoň oblasť pôsobenia?

Je to e-commerce, ale viac naozaj nepoviem. 😊

Ako vás ovplyvnila pandémia?

Samozrejme, tak ako pre všetkých, aj pre nás to bol šok, ktorý neskôr vystriedala neistota. Mali sme to šťastie, že naši klienti sú prevažne z oblastí, ktoré neboli pandémiou kriticky zasiahnuté. Neprišli sme o žiadneho veľkého klienta. Biznis sa samozrejme trochu spomalil, ale všetko sme bez väčších problémov ustáli.

Naposledy sme sa spolu rozprávali niekedy v januári minulého roku, kedy sme rozoberali aktuálne trendy v marketingu a niektoré konkrétne svetové kampane, ktoré ťa zaujali. Dnes, keďže sme aj u teba doma, budeme trochu osobnejší. Tvoja agentúra Le Loup čoskoro oslavuje okrúhlych 20 rokov. Čo sa za to obdobie zmenilo?

V skratke by som povedal, že asi všetko. (úsmev) Reklama sa vyvíjala neuveriteľných tempom, ostatne asi ako každá oblasť nášho života. Agentúru som zakladal ako 20-ročný neskúsený chalan, ktorý si myslel, že vie všetko. Dnes, po dvoch desaťročiach viem, že nikdy nebudem vedieť všetko. Menila sa spoločnosť, podnikateľské prostredie, formy reklamy, spôsoby komunikovania, zamestnanci – jednoducho všetko. Samozrejme, asi najväčším míľnikom ostáva nástup sociálnych sietí a ich využitie v marketingu. Vtedy sa začali písať nové poučky.

Vráťme sa ešte na začiatok. Ako vznikla Le Loup Agency?

Skončil som strednú školu – obchodnú akadémiu, a zamestnal sa v jednej reklamnej agentúre. Chvilu som sa zaučal ako asistent, neskôr som mal za úlohu vyhľadávať nových klientov. Popri tom som čítal všetko čo sa o marketingu a reklame dalo nájsť. Nemčinu mám takpovediac v kostiach, anglicky som už v tom čase vedel slušne, a preto som mohol čítať aj veľa zahraničných zdrojov. Asi po 2 rokoch som v reklamke skončil, a spolu s kamošom grafikom sme založili vlastnú firmu. Ako som vravel, myslel som si, že viem všetko.

Ten tvoj kamoš už pokiaľ viem vo firme nie je, však?

Nie, asi po troch rokoch z firmy odišiel, keď sme sa nezhodli na ďalšom smerovaní. Možno ma na staré kolená chytá nostalgia, ale povedal by som, že som vtedy prišiel o obchodného partnera, aj blízkeho priateľa, Ale taký je život.

To znie, ako by si trochu bilancoval.

No, myslím, že po 20 rokoch v biznise už na to mám právo. ☺

Takže keď sa ťa niekto opýta, či je dobrý nápad začať podnikat' s priateľmi či rodinou?

Osobne to neodporúčam, ale poznám takých, ktorým to fungovalo. Všetko je o nastavení dobrých pravidiel hneď na začiatku. Mne to pred tými dvadsiatimi rokmi nemal kto povedať. Je podľa mňa lepšie pracovať s v úvodzovkách cudzími ľuďmi, a napokon sa z vás možno aj

stanú priatelia. Ak začínate ako priatelia, práve naopak, si môžete byť časom čoraz viac cudzí. Ale ako vravím, poznám aj prípady, keď to vyšlo.

Spomenieš si ešte na svojho prvého klienta?

Jasné. To nezabudneš. Bola to malá začínajúca kaviareň, s veľkou konkurenciou. Ak sa nemýlim, za pol roka spolupráce sa im zvýšil obrat o 300 %. Pamätám si, že som si to vtedy zle zrátal, a napokon sme ani nič nezarobili. Ale bola to cenná skúsenosť a dobrá referencia. Navyše, dodnes mám u nich kávu zadarmo, takže s humorom môžem povedať, že to stálo za to.

Takže kaviareň stále funguje?

Samozrejme. Verím, že aj vďaka nám.

Sú ešte nejakí ďalší klienti, ktorí ti počas tých rokov utkveli v pamäti?

Tých je veľa. Nebudem ich menovať, lebo by som niekoho určite vynechal. Vo všeobecnosti som si vždy užíval keď sme robili kampane pre športové podujatia. Sám hrám tenis, bicyklujem, aj plávam, takže šport milujem. Je to asi moje najväčšie hobby, pri ktorom dokážem vypnúť a prísť na iné myšlienky.

Najviac si však asi pamätám práve takých klientov, ako tá kaviareň, ktorú som spomínal. Tých, ktorým sme pomohli vyrásť, častokrát aj viac než oni sami dúfali.

Ale asi nešlo celých 20 rokov vždy všetko ako po masle...

Jasné, mali sme hneď niekoľko kríz a problémov. Tomu sa nedá vyhnúť. Tak ako všetkých, aj nás výrazne zasiahla hospodárska kríza v roku 2008. Ale všetko sme ustáli, a dokázali pritom rásť. Poučili sme sa zo svojich chýb, ale aj z chýb iných. A to je dôležité. V živote, aj podnikaní robí každý chyby. Dôležité je vždy vstať a ísť ďalej.

Ak by si sa vrátil do minulosti, aké ciele si mal v čase keď si agentúru zakladal? Podarilo sa ti naplniť vlastné plány?

No priznám sa, že nemal som nejaké konkrétne podnikateľské ciele. Skôr som žil tu a teraz a sústreďoval sa na súčasnosť. Ale ak by mi niekto pred 20 rokmi povedal, že firma bude takto úspešná, asi by som neveril.

Nasleduje moja obľúbená séria otázok - Povedz jednu vec, na ktorú nikdy nezabudneš, jednu ktorú najviac ľutuješ, jednu na ktorú si najviac hrdý.

Nikdy nezabudnem na moment, keď som prijal svojho prvého zamestnanca. Vtedy som pochopil, že firma vyrástla a môže rásť ešte ďalej. Mimochodom, dodnes u nás pracuje. Najviac ľutujem asi to, že som často nebol doma a nevenoval sa svojej manželke. Dnes z každej

strany počúvame, aký dôležitý je work-life balance. Niekedy sa tomu neprikladala veľká váha. Nič také neexistovalo. Oslavovala sa skôr tvrdá drina. Dnes si viac uvedomujem, že práca nie je všetko a netreba zabúdať na ostatné súčasti života. No a najviac hrdý som na firmu ako takú a na všetkých, ktorí ju dostali tam kde je. Lepšia odpoveď na túto otázku asi neexistuje.

Ak by si mal dať jednu radu začínajúcim podnikateľom, bez ohľadu na oblasť, v ktorej pôsobia – aká by bola?

Tvrdá práca je nanič, ak zároveň nie je aj efektívna.

Čo to presne znamená?

Som presvedčený, že za každým úspechom je tvrdá práca. Tá energia však musí byť investovaná rozumne, v správnom čase a na správnom mieste. Musíte vedieť kedy zabrať, ale aj kedy spomaliť a oddýchnuť si. Pracujte aj 20 hodín denne, ak je to potrebné. Ale v takom prípade by ste mali byť schopný investovať také množstvo času aj do oddychu, ak to vaše telo potrebuje.

Máš za sebou 20 rokov podnikania v reklame. Aké sú ďalšie ciele agentúry, a teba osobne, ako jej majiteľa?

Cieľ pre mňa osobne je spomaliť. To však nemôže byť cieľom našej agentúry, ktorá naopak musí rásť a napredovať rýchlejšie ako kedykoľvek predtým.

Nie je to trochu protichodné vyjadrenie?

Ani nie. Sú to dva ciele, ktoré potrebujem dostať do súladu. Rád by som ich oba naplnil, a preto sa v poslednej dobe venujem aj tomu, ako to dosiahnuť.

Pomýšľaš už na dôchodok?

To asi závisí od toho, čo si predstavíš pod pojmom dôchodok. Ale bolo by priskoro o tom teraz hovoriť.

To znie akoby si niečo chystal.

Dá sa to aj tak povedať.

Ok. Hypoteticky, ak by si sa raz chystal do dôchodku, akú osobu by si chcel vidieť na svojom mieste? Aký typ človeka by to mal byť? Čo je pre teba dôležité?

Musí to byť férový, kreatívny a originálny človek. Musí dobre vychádzať s ľuďmi, mať prirodzený rešpekt, ale zároveň byť ľudský. Komunikácia je podľa mňa kľúčová. Nieкто takého nástupcu nikdy nestretne, nieкто má to šťastie, že áno.

Ty takého máš?

Možno. To sa ešte uvidí.

Viac z teba nedostanem?

Určite nie! (smiech)

V poriadku, tak sa teda necháme prekvapiť. Povedz nám ešte, ako plánujete vo firme osláviť okrúhle narodeniny? Bude nejaká párty?

Samozrejme, bude. Plánujeme to poriadne osláviť v kruhu našich najbližších ľudí, verných klientov a aj zástupcov médií. Chystám aj jedno hudobné prekvapenie, ale viac nepoviem.

Príde pozvánka aj mne?

(smiech) Jasné, si na zozname.

Skvelé. To som chcel počuť. Vlastne len preto som ťa oslovil na rozhovor. Ale nie, žartujem. Ak ma pozveš, rád prídem. Každopádne ďakujem ti, že si náš rozhovor dokázal vtesnať do svojej rannej rutiny, aj keď mám pocit, že viac otázok ostalo otvorených než zodpovedaných.

Sorry, to som nechcel.

Nevadí, zvykol som si. Ešte raz ti Martin ďakujem pekne, že si si našiel čas. Srdečne gratulujem k úžasnému výročiu a všetkým tvojim úspechom.

Ďakujem.