

AK CHCEME RÁST, MUSÍME SI TO ODMAKAŤ

Hovorí **Jakub Hankovský**, nový šéf prieskumnej spoločnosti Ipsos na Slovensku.

S: V čom bola pre vás pri nástupe nová pozícia výzvou?

Výziev bolo hneď niekoľko. S manželkou sme sa po ôsmich rokoch strávených v Prahe vrátili na Slovensko. Po šiestich rokoch pôsobenia na pobočke Ipsosu v Prahe, ktorá má dnes viac než 320 zamestnancov, som sa presunol do výrazne komornejšieho prostredia. Od začiatku svojho pôsobenia v Ipsose som rástol spolu s kolegami, vedľa ktorých som pracoval, niektorých som časom viedol, iných do firmy prijímal. Presunom na Slovensko som sa stal členom nového kolektívu a práve to vnímam ako najväčšiu výzvu. Väčšiu než zvykanie si na nový trh, nové mesto, či pracovné prostredie. Zapadnúť do kolektívu a postupne si u každého kolegu vybudovať neformálnu autoritu, bez ktorej nedokážem spokojne pracovať v manažérskej pozícii.

S: Čo ste urobili po nástupe do funkcie ako prvé?

Predstavil som sa tímu. Bol som pri tom až prekvapivo nervózny.

S: Aké boli vaše prvé ciele po nástupe do funkcie?

S fungovaním slovenskej pobočky sme dlhodobo spokojní. Firma je skvele etablovaná na trhu – v roku 2017 sme oslávili 20. výročie pôsobenia na Slovensku, v rámci globálneho Ipsosu máme najvyššiu spokojnosť klientov (9,5 z 10), čo sa pretavuje do ich vysokej lojality. To všetko najmä vďaka veľmi kvalitnému odbornému zázemiu. Napriek tomu cítime, že môžeme našim súčasným, ale najmä novým klientom ponúknuť viac. Preto boli moje prvé ciele spojené najmä s analýzou nášho potenciálu (na trhu, ale aj interne) a prípravou na ďalší rozvoj pobočky.

S: Ktoré ciele a do akej miery sa vám už podarilo zrealizovať?

Aby sme sa mohli uchádzať o nové partnerstvá, musí nás byť vidieť. Medzi tzv. quick wins, ktoré sme okamžite vyriešili, bola napríklad aktualizácia našich webových stránok a doplnenie zaujímavých lokálnych a medzinárodných prieskumov, ktoré Ipsos pravidelne produkuje.

S: Aké máte priority na rok 2019?

Priniesť do Bratislavy medzinárodné projekty, rozšíriť portfólio lokálne ponúkaných služieb, osloviť nové sektory a dodať našim klientom ešte väčšiu pridanú hodnotu. V spolupráci s našou stredoeurópskou centrárou, ale aj s pobočkami v Budapešti a Viedni chceme vytvárať medzinárodné projektové tímy, vďaka ktorým naši zamestnanci získajú ešte viac cenných skúseností. Zároveň tým, veríme, prilákame do firmy tie najväčšie talenty na trhu. Na domácom trhu sa snažíme osloviť klientov v sektorech healthcare a automotive, v ktorých máme veľkú expertízu, ale nízky podiel na slovenskom trhu. Čo sa týka našich produktov, vyvíjame momentálne jedno z najvyspelejších riešení na online zber a reporting dát zákazníckej spokojnosti, ktoré postupne rozširujeme do oblasti mystery shoppingu, merania značky či social listeningu). Zároveň sme na úrovni clusteru začali exkluzívnu spoluprácu so strategickým partnerom a ponúkame možnosť realizácie výskumných projektov v najväčšom a najmodernejšom štúdiu na virtuálnu realitu na svete, ktoré je umiestnené v Prahe a poskytuje zázemie pre veľmi pokročilé metódy testovania konceptov predajných priestorov, automobilov a ďalších rozmerných objektov. 10. apríla organizujeme v Bratislave konferenciu zameranú na spoločenskú zodpovednosť firiem – CSR a do konca roka plánujeme zrealizovať minimálne jednu ďalšiu.

S: Na čo ste najviac hrdý, čo sa vám podarilo zrealizovať?

Radosť mám najmä z toho, že sa nám ešte koncom minulého roka podarilo nadviazať spoluprácu s niekoľkými novými klientmi z rôznych sektorov, s ktorými, verím, rozvineme v tomto roku úspešné partnerstvá.

S: Vaše poučenie z obdobia, odkedy ste vo funkcii?

Slovenský trh a slovenský klient funguje inak než ten český. Partnerstvá sú postavené viac na osobných vzťahoch a dôvere, čo je na jednej strane výborné a firmy, ktoré dodávajú kvalitné služby, medzi ktoré sa určite



Kto je Jakub Hankovský?

Zodpovedá za riadenie slovenskej pobočky globálnej prieskumnej agentúry Ipsos a zároveň je lídrom globálneho panelu expertov Ipsosu v oblasti zákazníckej skúsenosti v automobilovom priemysle, čo je aj jeho hlavnou odbornou špecializáciou. Od roku 2012 do septembra 2018 pôsobil na rôznych pozíciách v pražskej pobočke Ipsosu, ktorá je stredoeurópskou centrárou spoločnosti. Od začiatku roku 2018 je členom topmanažmentu spoločnosti na úrovni strednej Európy. Jakub má magisterský titul z Inštitútu sociologických štúdií Karlovej Univerzity v Prahe v odbore verejná a sociálna politika.

radíme aj my, majú vďaka tomu vysokú lojalitu klientov. Na druhej strane je v tomto prostredí náročnejšie otvárať nové dvere a získať si dôveru zástupcov spoločností, ktoré s nami nemajú žiadnu skúsenosť, alebo o nás dokonca nikdy nepočuli. Toto vnímam ako veľkú výzvu a počítam s tým, že ak máme rásť, musíme si to odmakať.

S: Aká značka je pre vás inšpiratívna a prečo?

Ako vášnivého cyklistu ma veľmi inšpiruje značka Isadore, ktorú založili bratia Velitsovci. Spôsob, akým podnikajú, by som definoval vetou – ak už sa do niečoho pustíš, rob to poriadne. Svojich priaznivcov má po celom svete a napriek svojmu „globálnemu imidžu“ sa hrdo hlási k ručnej výrobe väčšiny svojich výrobkov na Slovensku.