

Prvi koraci

Tokom mog zaposlenja u InterContinental hotelu u Beogradu, uspeo sam da skrenem pažnju jedne izuzetno uticajne ličnosti – gospodina Martina Tamma, člana tima InterContinental Hotels Group, koji je bio ključan za projekat hotela Crowne Plaza.

Martin Tamm je istaknuti član svetske elite u oblasti hotelskog menadžmenta, prepoznatljivo ime među najuticajnijim ličnostima iz marketinga. Njegovo ime se ističe u svetskim poslovnim krugovima, a uloga i doprinos u svetu hotelijerstva su prepoznatljivi jer je godinama bio na čelu najveće hotelske korporacije i formirao tim koji je postavio nove standarde u hotelskoj industriji. Takođe, stekao je bogato iskustvo kao marketing menadžer u nemačkom gradu Kelnu.

Imao sam privilegiju da gospodin Martin Tamm uoči moju želju za napredovanjem i spremnost da se suočim sa izazovima. Brzo sam shvatio da je Martin izrazito profesionalan i istinski stručnjak za marketing, te da ga zanimaju samo disciplina, predanost, kvalitet i postignuti rezultati.

Martin je uvek nosio crno odelo sa isključivo belom košuljom, a svaki dan je menjao kravatu, odajući utisak ozbiljnosti i posvećenosti svom poslu. Njegova odlučnost i analitički

pristup često ga izdvajali od ostalih ljudi. Martinova pojava odražava profesionalnost i duboku stručnost.

Prvog dana rada sa njim, krenuo sam brzim tempom uključenja u posao, što je odražavalo nemačku radnu kulturu. Bez predaha, postavljen sam u vrtlog emailova, poziva, poruka i sastanaka kao nikada ranije. U tom vremenskom periodu, bio sam uključen u sve aspekte organizacije, uključujući planiranje i sprovođenje marketinških aktivnosti, razvoj prodaje, upravljanje prihodima, budžetiranjem, rešavanjem konflikata, donošenjem odluka o zapošljavanju i praćenju izvršenja zadataka.

Na svakodnevним centralnim kolegijumima, očekivalo se da pružim preciznu viziju i strategiju za dalje poslovanje, s ciljem postizanja konkretnih rezultata. Shvatao sam da održavanje leaderske pozicije zahteva mnogo više truda nego što je potrebno da se do nje dođe. Rad u okviru ogromnog poslovnog sistema zahtevao je konstantno deljenje kreativnih ideja s kolegama iz marketinga. Svestan sam bio da moja visoka pozicija mora ostati održiva samo ukoliko poslovanje ostvaruje dobit.

Često sam unutar sebe razmatrao najefikasniji put prema profitabilnosti i sopstveno razumevanje marketinga.

Suočavanje s izazovom pronalaženja tačnih odgovora i ispunjavanja očekivanja svoje visoke pozicije bilo je zaista izazovno.

U tom vremenu, u okviru tog poslovnog sistema, primetio sam mnoge lidere koji bi munjevito dosegнули visoke pozicije, samo da bi potom nestali kao da nikada nisu postojali. Neki su iskoristili svoju prvu priliku, nesvesni da druge šanse možda neće dočekati.

Kada dobijete priliku, važno je zadržati svoje mesto i maksimalno iskoristiti svaku mogućnost.

Mnogi menadžeri iskoriste svoju prvu priliku, ali s vremenom se gubi vrednost njihove reputacije. Dok se u poslovnom svetu sitne greške ponekad tolerišu, u marketingu svaka greška postaje skupa lekcija.

Postavio sam sebi pitanje: Kako da izbegnem greške i zadržim svoju poziciju u vrhu menadžmenta? Kako da kontinuirano napredujem i održavam izuzetnost?

Tog dana, tačnije ponedeljka, stigao sam na posao nesvestan da će taj dan označiti početak prekretnice u mom životu.

Sekretarica mi je saopštila da ću ubuduće koristiti novu kancelariju. Bio sam iznenađen brzinom kojom su se stvari odvijale. Nakon što sam ušao u novu kancelariju, pažljivo sam seo u udobnu stolicu i dopustio mislima da me ponesu kao nikada do tada, držeći ruke iza glave.

Na stolu me dočekala poruka. U pismu koje mi je ostavio gospodin Martin Tamm, pričvršćenom ili zalepljenom za laptop, stajalo je da upalim laptop, pronađem folder na ekranu, pažljivo pročitam svaku napisanu reč u dokumentima unutar tog foldera i da pratim smernice, kao i da izvršim zadatke koji su navedeni.

Folder je nosio naziv: „**Fokus**”.

Kada sam kliknuo na folder, primetio sam da se unutar njega nalazi niz drugih foldera, posebno izdvojen Word dokument sa nazivom „Pročitaj pre nego otvoriš ostale foldere”. U tom Word dokumentu je stajalo da se svaki od tih foldera bavi temama koje me mogu zanimati u vezi sa marketingom i pozicioniranjem biznisa na tržištu. Navođene su ključne

smernice koje se mogu primeniti u različitim poslovnim sektorima, ne samo u hotelskom. Dodatno je naglašeno da se od mene očekuje da svoj trud pretočim u merljive rezultate, te da kontinuiranim usavršavanjem i istraživanjem obogatim svoje znanje, stvarajući čvrstu osnovu za postizanje dugoročne perspektive.

Umesto da svakodnevno razgovaramo, Martin mi je predložio da počnem da se bavim čitanjem i analiziranjem budućeg projekta. Takođe je potrebno da pročitam sve knjige o marketingu, koje budem pronašao bez posebne preporuke.

Skrenuo mi je pažnju da je važno je da se osvrnem na tržište i analiziram ga u proteklih nekoliko decenija.

Moderno doba čini ljude kratkoročno usmerenim prema analizi. Danas ljudi jako brzo gube interesovanje čim se pojavi nešto novo a, skoro nikada se ne bave analizom onog što je pre toga postojalo.

Na pozadini ekrana na kom se nalazio taj folder, bila je istaknuta sledeća poruka: „Ti moraš biti promena koju želiš videti u svetu” (Mahatma Gandi).

Ovaj citat sam pročitao više od deset puta, sedeći sam u kancelariji.

Navikao sam da u Srbiji, kada dobijete značajnu poziciju, morate dati nešto zauzvrat. Dugo sam razmišljao ako mi neko ponudi deo svog znanja, šta sam ja u obavezi da vratim. Da li će u našoj saradnji postojati skriveni motivi ili se naš odnos zasniva na iskrenosti. Da li će naša saradnja biti ispunjena skrivenim motivima ili će temeljiti na iskrenosti?

U to vreme, nisam ni mogao zamisliti da ću jednog dana postati priznat marketing stručnjak i jedan od najuspešnijih menadžera u Srbiji, te da ću voditi svoju marketing agenciju u Čikagu.