

KOLA RETAILU SE TOČÍ A LOV HLAV BĚŽÍ DÁL!

Dostáváme se do nové dekády, co přinesla ta poslední Vám osobně a vaší firmě?

Poslední dekáda byla náročná – vleklá ekonomická recese v roce 2013, ostré spuštění GDPR v roce 2018, pokračující tlak e-commerce, digitálu a onlinu. Hodně přímých zastoupení firem v různých oborech opustilo Česko, museli jsme hledat nové klienty v nových oborech a učit se v těchto změnách fungovat, abychom byli kvalitním a profesionálním partnerem klientům i kandidátům. Na druhou stranu v této digitální době pocítuji nárůst administrativy a byrokracie, chybí mi určitá „podnikatelská“ pohoda. Musím však říci, že čím déle na trhu působíme, naše společnost je stabilnější, pevnější vůči těmto vlivům, živí nás reference a jméno na trhu, které jsou postupem času silnější.

Recruit CZ brzy oslaví osmnáctiny. Jak těch 18 let hodnotíte a co byste své firmě do dospělosti popřála?

Úteklo to jako voda a byla to jízda! Měli jsme období nahoru i dolů. Tento obor je specifický v tom, že vlastně vůbec nemůžete plánovat business a obraty, spíš stále vytváříte rezervy. Hodně mi to dalo i vzalo. Vyrostla jsem v korporátní společnosti, kde spousta podmínek jako zaměstnanec vůbec neřešíte, jsou na to jiná oddělení nebo mezinárodní centrála. Musela jsem se naučit orientovat se v administrativě chodu firmy, v legislativě našeho oboru, v marketingu a PR. Firmě bych do dospělých let přála, aby si zachovala hodnoty, které jsme do ní s kolegy vkládali, důvěru našich klientů i kandidátů a pevné místo na českém trhu.

Patříte mezi nejzkušenější odborníky v oblasti headhuntingu, kde vidíte jeho budoucnost?

Headhunting je velmi starý obor, s dobou se mění jen jeho formy a nástroje. Bavíme se tedy o lovení hlav především v komerční a výrobní sféře. Ale lov profesionálů a talentů funguje třeba i ve sportu.

Je to stále důležitá služba na trhu. Online dostupnost informací a kontaktů je sice z jednoho úhlu pohledu konkurent a může nám brát práci, ale ne vše lze nahradit. Osobní kontakt a diskretnost zůstávají v naší práci prioritou. Když se dnes podíváte na některé LinkedIn profily, jsou nepoužitelné. Někteří si zase naopak své profily mažou, neboť nápor anonymních a nevyžádaných kontaktů je neúnosný a zabírá příliš času.

Připadá nám, že retail je stále spíš dominantou mužů. Cítíte to také tak? Čím si to vysvětlujete?

Tady si dovolím nesouhlasit. Možná je více mužů ve specializovaném retailu jako je elektro a IT. Ženy v retailu běžně potkáváme na středních i top manažerských pozicích, ať je to HR, marketing, nákup, logistika nebo operations.

Jaké jsou, dle Vás, klíčové aspekty samotného retailu na našem trhu v loňském roce?

Retail je v posledních letech pěkně živý. Je to určitě pokračující nárůst e-commerce, ať už v potravinářství, v běžném

vala s PepsiCo, Tomu naopak koupila Coca Cola, Kofola zainvestovala do Karlovarské Korunní, Ondrášovky, do P.H.Prageru (cidery a limonády) a do Espressa (káva Reserva a čaje Dilmah). Akvizice neprobíhaly jen v podobě nákupu značky. Například McDonalds koupil za téměř 300 milionů dolarů technologický start-up Dynamic Yield, který zajistí získávání a zpracovávání dat o zákaznících, lepší zákaznickou zkušenost i úspory na straně provozu. Tyto změny s sebou nesou posílení IT a online zaměřených pozic v retailu, ale také snížení počtu manažerských pozic v klasické komerční sféře.

Jak se vy osobně chystáte na další dekádu, na co se nejvíce těšíte?

Pracovně těžko říci. Ve výhledu dekad jsem nikdy neplánovala, chytám příležitosti. Já osobně se spíš těším z přítomnosti, z toho, co je, co máme a co prožíváme.



Recruit cz
THE HEADHUNTERS

spotřebním zbožím, nebo úzce specializovaném sortimentu. Pokud nemáte potřebu si něco vyzkoušet a pokud k vám doprava e-shopu dojde, nemáte dnes potřebu vstoupit do kamenného obchodu. Nicméně maloobchod maká. Například upevnění pozic Rohlík.cz a Kosík.cz nutí klasické řetězce investovat do servisu, zákaznické loajality, sortimentu a do prodejen samotných. Jsou ohlášeny nové investice do obchodních center, nejen jejich rekonstrukce nebo rozšíření, ale i do výstavby úplně nových. V loňském roce se také pěkně rozjely akvizice, KMV – Mattoni sfúzo-

Markéta Švedová řídí headhunterskou společnost Recruit CZ (www.recruit.cz) již od roku 2003 a sama se specializuje na vyhledávání manažerů a specialistů v oblasti retailu a spotřebního zboží. Recruit CZ provozuje také portál www.headhunters.cz. Společnost je součástí mezinárodní sítě ONExecutive.

