

@WORK

POŘÁDEK V HLAVĚ

BÝT KREATIVNÍ NEZNAMENÁ NEMÍT
ŽÁDNÝ ŘÁD, POTVRZUJE JANA
STUDNIČKOVÁ SVÝM PŘÍBĚHEM.
HLEDEJTE INSPIRACI SPOLU S NÁMI.

JANA
STUDNIČKOVÁ,
MARKETINGOVÁ
ŘEDITELKA
SPOLEČNOSTI
HOME CREDIT

FOTO: MICHAL PAVITA; MAKE UP A VLÁSY: MICHAELA OHEVOVÁ / NIMUA YSL CZ & SK; STYLING: JANO KIMÁK; PRODUKCE: DARINA DUŠKOVÁ; ZA ZAPŮJČENÍ OBLEČENÍ DĚKUJEME OBCHODU MAX MARRA

Umět nést



Kreativita se nerodí z chaosu, ale z pořádku, který vám dá možnost utřídit si myšlenky, říká Jana Studničková, marketingová ředitelka společnosti Home Credit, která umí vnést tvořivost i do korporací.

text: LUDMILA HAMPLOVÁ
foto: MICHAL FANTA

zodpovědnost

Na první pohled máte skvělou kariéru. Vedoucí pozice ve velkých firmách, rozhodování o velkých projektech...

Kde tento úspěšný příběh začal? Říkám, že jsem vlastně žádnou kariéru nedělala. Jen jsem vždycky chtěla dělat všechno co možná nejlépe. Ani neumím dělat věci jen napůl, a tak asi proto se mi dařilo. Vše přišlo přirozeně, byť v tom hrálo roli i štěstí. Bylo mi 25 let, když jsem se dostala do investiční skupiny Penta, pod níž spadá celá řada firem a projektů. Díky tomu jsem v relativně krátké době získala hodně zkušeností, které jiní lidé sbírají patnáct nebo dvacet let.

Co jste „musela“ během své profesní dráhy pokazit, abyste dosáhla úspěchu? Dnes je velmi moderní říkat, že je dobré dělat chyby a že to vlastně nevádí. Kdo nic nedělá, nic nepokazí. To je i moje heslo, kterým se snažím motivovat své lidi, aby nepřeslapovali na místě. V tomto

ohledu je lepší chybu udělat a riskovat než nedělat vůbec nic. Na druhé straně jsem přesvědčená o tom, že chyb nesmí člověk dělat příliš. Chyby jsou tu od toho, abychom se z nich něco naučili, což hodně souvisí se zodpovědností. Řada lidí má problém nést odpovědnost, ať už za svá rozhodnutí nebo případné chyby.

Vy tento problém zjevně nemáte.

Pro mě je příjemnější mít možnost věci řídit a nést odpovědnost, než aby někdo rozhodoval za mě. Nejsem ten typ, který se sice podřídí, ale pak při pauze v kuchyni brblá a říká, že by se to mělo dělat lépe. Vždy jsem usilovala o to, abych měla možnost rozhodovat. Je to mé vnitřní nastavení, které mám už od malička. Řídím samozřejmě i doma. Řídím všechno. Chtěla bych řídit svět (smích).

Ženy ale obvykle neříkají, že by chtěly řídit svět, a to ani

v legraci. Naopak spíš o svých ambicích mlčí. Já bych chtěla řídit svět. Samozřejmě je v tom velká nadsázka, na druhou stranu byl by to báječný, uklizený a čistý svět plný skvěle oblečených lidí. Všechno by mělo svůj systém a řád.

Na loňské konferenci Marie Claire s názvem Looking to the future jste ale přednášela o kreativě. Jak to jde dohromady s tím, že chcete mít ve všem dokonalý řád?

Velmi dobře. Hodně lidí si myslí, že být kreativní znamená mít ve všem chaos. Tak tomu ale není. Když mám kolem sebe pořádek a řád v tom, co dělám, mám také pořádek ve své hlavě. Nechci, aby mě při práci něco rušilo a já se musela zabývat nepodstatnými detaily. Například nechci ráno ani o minutu déle, než je nutné, řešit to, co si vezmu na sebe. Už léta mám svůj styl a držím se ho. V hlavě mám stále velké množství myšlenek a stává se mi, že jsem kvůli nim roztržitá. Kdybych si nedávala pozor, mé myšlenky mě zavalí a negativně to pocítí i moje okolí.

Jak tedy ve své profesi vymýšlíte kreativní řešení?

Kdykoliv se zavřeme do zasedačky a necháme ruch za dveřmi, vymyslíme řadu skvělých nápadů. Většina lidí má v sobě kreativní potenciál. Jejich problémem je až následná realizace. Není umění něco vymyslet, ale něco dotáhnout do konce a vybudovat z myšlenky životaschopný projekt.

Je vůbec možné být kreativní ve velké korporaci? Sa-

Není umění něco nového vymyslet, ale skutečně to dotáhnout do konce.

mozřejmě. Práce v korporacích i korporace samotné jsou do značné míry mytizované. Nevím, jestli je to tím, že ve filmech a seriálech se objevují korporace jen jako strašná místa, ve kterých může vydržet jen ten, kdo se absolutně podřídí. Tak tomu není. Každý z nás má možnost ovlivňovat svět okolo a záleží jen na něm, zda přijme svou odpovědnost. Často slyším, že já to mám jednoduché, protože jsem ředitelka a můžu si dělat, co chci. Ale já jsem se jako ředitelka nenarodila. Stala jsem se jí. Pokud nezůstanete pasivní, jsou korporace zevnitř hodně jiné, než jak si je lidé zvenčí představují.

Platí to i o společnosti Home Credit, kde jste marketingovou ředitelkou? Je to právě velikost. Asi před dvěma lety jsem měla půlroční pracovní pauzu a upřímně jsem přemýšlela nad tím, co vlastně chci dělat dál. Jestli se chci znovu vrátit do velkých firem, dělat něco svého nebo přestat pracovat. Tehdy jsem si uvědomila, že mě stále profesně láká dělat velké věci s těmi největšími firmami

než sedět někde, sice ve své, ale malé kanceláři, a tam řešit proplacení každé faktury i přípojku na telefon. Stále se chci podílet na věcech, které reálně mění svět. To Home Credit splňuje. Nejen, že je celosvětově vůbec největší firmou ve svém oboru, ale ještě se nám podařilo uspět v USA, tedy v zemi s největším podílem úvěrů na trhu. Povedlo se nám přinést něco nového a oproti konkurenci dělat něco jinak a lépe.

Platí to i o českém trhu? Během posledních několika let jsme se dokázali velmi proměnit. Dnes organizace Člověk v tísni hodnotí Home Credit jako jednu ze tří nejbezpečnějších společností poskytujících úvěry. Zbývající dvě z této trojice jsou také naše, Air Bank i Zonky spadají pod investiční skupinu PPF. To považuji za skvělé. Půjčky mohou na první pohled působit jako banální produkt, ale skutečně mohou zlepšit životy lidí. Na druhé straně, pokud jsou špatně nastavené, mohou život zničit. Proto k naší práci patří i zodpovědnost a úvahy nad tím, jak ovlivňujeme životy našich klientů. Nemohla bych dělat byznys, ve kterém bych neviděla smysl.

Umíte si představit, že byste z velkého byznysu jednou odešla? Nevylučuji, že to jednou přijde. Je přirozené, že se lidem okolo čtyřicítky mění jejich priority a cíle a kladou si otázky, jestli chtějí svůj profesní život vést stále jedním směrem, nebo udělat změnu. Můj manžel podniká, a tak docela dobře vím, jaké jsou s vlastním podnikáním spojené radosti i starosti. Teď to ale není na pořadu dne. Pracovat ve vůbec největší investiční skupině v Česku je pro mě pořád obrovskou výzvou.

Kvůli příležitostem, které nabízí? Ne- jen. Takto velká a úspěšná společnost v sobě koncentruje velké množství velmi chytrých lidí. A právě práce s nimi je něco, co mě upřímně baví. Kdyby skupina PPF nedokázala přitáhnout tolik schopných lidí, nebyla by tam, kde je a nerostla by. Díky tomu, že se u nás koncentrují schopní a inteligentní lidé, daří se nám. Přináší to s sebou rychlost rozhodování, rychlost posouvání věcí dopředu i rychlost uvádění inovací na trh. Ten, kdo k nám do Home Creditu přijde zvenku, může být trochu v šoku. U nás nečekáme, že se to nějak vyvine, ale jednáme. ■

JANA STUDNIČKOVÁ (37) prošla vedoucími pozicemi ve velkých společnostech v Česku i na Slovensku. Do investiční skupiny PPF přišla v roce 2011. Nejprve se jako marketingová a obchodní ředitelka společnosti Sazka sázková kancelář podílela na úspěšném ozdravení společnosti. Působila mimo jiné jako výkonná ředitelka pro marketing O2 Slovakia a pracovala také ve skupině Penta Investments. Je vdaná.