



## **Martin Wolf: Tvrdá práce je k ničemu, pokud zároveň není i efektivní!**

*Martin Wolf, zakladatel a ředitel Le Loup Agency, která brzy oslaví kulaté 20. narozeniny mluví nejen o svých začátcích. Jak agentura vznikla? Co by poradil začínajícím podnikatelům? A jaké má plány do budoucna? To všechno se dozvíte v rozhovoru Michaela Simka.*

*Autor: Michael Simka  
21.6.2021*

**Martine, je pondělí 4:30 ráno a sedíme u tebe doma na terase. Kolik rozhovorů už jsi dělal takhle brzy ráno?**

Až tolik ne, neboť ne každý s tímto časem souhlasí. Ale je to pro mě ideální čas - dříve než začne denní shon. Takže jsem rád, že jsi na to přistoupil.

**No musím říct, že jsem nad tím dlouho uvažoval a nastavil jsem si čtyři budíky, ale nakonec jsem rád, že jsme tady. Děkuji ještě jednou, že sis našel čas ve svém nabitém kalendáři. Řekni nám, co tě teď nejvíc zaměstnává?**

Máme několik velkých klientů, jejichž kampaně jsme před časem spustili, takže velká část mé pozornosti jde tam. Jsme ve třech dalších tendrech a také finalizujeme podmínky spolupráce s jedním novým zajímavým klientem. Nenudíme se.

**Můžeš nám prozradit, o jakého klienta jde?**

Zatím ne, ale mohu říci, že se jedná o zahraniční společnost, která plánuje vstup na náš trh.

**Řekneš nám alespoň oblast působení?**

Je to e-commerce, ale víc opravdu nemohu říct. 😊

**Jak vás ovlivnila pandemie?**

Samozřejmě, tak jako pro všechny, i pro nás to byl šok, který později vystřídala nejistota. Měli jsme to štěstí, že naši klienti jsou převážně z oblastí, které nebyly pandemií kriticky zasaženy.

Nepřišli jsme o žádného velkého klienta. Byznys se samozřejmě trochu zpomalil, ale všechno jsme bez větších problémů ustáli.

**Naposledy jsme si spolu povídali někdy v lednu minulého roku, kdy jsme rozebírali aktuální trendy v marketingu a některé konkrétní světové kampaně, které tě zaujaly. Dnes, protože jsme i u tebe doma, budeme trochu osobnější. Tvoje agentura Le Loup brzy slaví kulatých 20 let. Co se za to období změnilo?**

Ve zkratce bych řekl, že asi všechno. (úsměv) Reklama se vyvíjela neuvěřitelných tempem, ostatně asi jako každá oblast našeho života. Agenturu jsem zakládal jako 20letý nezkušený kluk, který si myslel, že ví všechno. Dnes, po dvou desetiletích vím, že nikdy nebudu vědět všechno. Měnila se společnost, podnikatelské prostředí, formy reklamy, způsoby komunikace, zaměstnanci – prostě všechno. Samozřejmě asi největším milníkem zůstává nástup sociálních sítí a jejich využití v marketingu. Tehdy se začaly psát nové poučky.

**Vraťme se ještě na začátek. Jak vznikla Le Loup Agency?**

Skončil jsem střední školu – obchodní akademii a dostal práci v jedné reklamní agentuře. Chvilí jsem se učil jako asistent, později jsem měl za úkol vyhledávat nové klienty. Vedle toho jsem četl všechno, co se o marketingu a reklamě dalo najít. Němčinu mám takřikajíc v kostech, anglicky jsem už v té době uměl slušně, a proto jsem mohl číst i spoustu zahraničních zdrojů. Asi po 2 letech jsem v reklamce skončil, a spolu s kámošem grafikem jsme založili vlastní firmu. Jak jsem říkal, myslel jsem si, že vím všechno.

**Pokud vím, tvůj kamarád už ve firmě nepracuje, že?**

Ne, z firmy odešel asi po třech letech, když jsme se neshodli na dalším směřování. Možná mě na stará kolena chytá nostalgie, ale řekl bych, že jsem tehdy přišel o obchodního partnera i blízkého přítele. Ale takový je život.

**To zní, jako bys trochu bilancoval.**

No, myslím, že po 20 letech v byznysu už na to mám. ☺

**Takže když se tě někdo zeptá, jestli je dobrý nápad začít podnikat s přáteli či rodinou?**

Osobně to nedoporučuji, ale znám takové, kterým to fungovalo. Vše je o nastavení dobrých pravidel hned na začátku. To mi před dvaceti lety nikdo neřekl. Podle mého názoru je lepší pracovat s „cizími lidmi“ a nakonec se z vás možná i stanou přátelé. Pokud začínáte jako přátelé, může to být právě naopak, časem si začnete být stále více cizí. Ale jak říkám, znám i případy, kdy to vyšlo.

**Vzpomeneš si ještě na svého prvního klienta?**

Jasně. To nezapomeneš. Byla to malá začínající kavárna, s velkou konkurencí. Pokud se nemýlím, za půl roku spolupráce se jim zvýšil obrat o 300 %. Pamatuji si, že jsem to tehdy špatně spočítal, a nakonec jsme ani nic nevydělalí. Ale byla to cenná zkušenost a dobrá reference. Navíc, dodnes mám u nich kávu zdarma, takže s humorem můžu říct, že to stálo za to.

## **Takže kavárna stále funguje?**

Samozřejmě. Věřím, že i díky nám.

## **Jsou ještě nějakí další klienti, kteří ti během těch let utkvěli v paměti?**

Těch je mnoho. Nebudu je jmenovat, protože bych někoho určitě vynechal. Obecně jsem si vždy užíval, když jsme dělali kampaně na sportovní akce. Sám hraji tenis, jezdím na kole i plavu, takže sport miluji. Je to asi moje největší hobby, při kterém dokážu vypnout a přijít na jiné myšlenky. Nejvíce si však asi pamatuji právě takové klienty, jako ta kavárna, kterou jsem vzpomínal. Těch, kterým jsme pomohli vyrůst, mnohdy i více než oni sami doufali.

## **Ale asi nešlo celých 20 let vždycky všechno jako po másle.**

Jasně, měli jsme hned několik krizí a problémů. Tomu se nelze vyhnout. Tak jako všechny, i nás výrazně zasáhla hospodářská krize v roce 2008. Ale všechno jsme ustáli a dokázali přitom růst. Poučili jsme se ze svých chyb, ale také z chyb ostatních. A to je důležité. Každý dělá v životě i v podnikání chyby. Důležité je vždy vstát a jít dál.

## **Pokud by ses vrátil do minulosti, jaké cíle jsi měl v době, kdy jsi agenturu zakládal? Podařilo se ti naplnit vlastní plány?**

Přiznám se, že jsem žádné konkrétní podnikatelské cíle neměl. Spíše jsem žil tady a teď a soustředil se na přítomnost. Ale kdyby mi někdo před 20 lety řekl, že firma bude tak úspěšná, asi bych tomu nevěřil.

## **Následuje moje oblíbená série otázek: Řekni jednu věc, na kterou nikdy nezapomeš, které nejvíce lituješ a na kterou jsi nejvíce hrdý.**

Nikdy nezapomenu na moment, kdy jsem přijal svého prvního zaměstnance. Tehdy jsem pochopil, že se firma rozrostla a může růst ještě dál. Mimochodem, dodnes u nás pracuje. Nejvíce lituji asi toho, že jsem často nebyl doma a nevěnoval se své manželce. Dnes z každé strany posloucháme, jak důležitý je work-life balance. Tehdy se tomu vůbec nepřikládala velká váha. Nic takového neexistovalo. Oslavovala se spíše tvrdá dřina. Dnes si více uvědomuji, že práce není všechno a že bychom neměli zapomínat na ostatní části života. No a nejvíce hrdý jsem na firmu jako takovou a na všechny, kteří ji dostali tam, kde je. Lepší odpověď na tuto otázku asi neexistuje.

## **Pokud bys měl dát jednu radu začínajícím podnikatelům, bez ohledu na oblast, ve které působí - jaká by to byla?**

Tvrdá práce je k ničemu, pokud není zároveň i efektivní.

## **Co to přesně znamená?**

Jsem přesvědčen, že za každým úspěchem je tvrdá práce. Ta energie však musí být investována rozumně, ve správném čase a na správném místě. Musíte vědět, kdy zabrat, ale i kdy zpomalit a odpočinout si. V případě potřeby pracovat i 20 hodin denně. Ale v takovém případě byste měli být schopni investovat stejný čas do odpočinku, pokud to vaše tělo potřebuje.

**Máš za sebou 20 let podnikání v reklamě. Jaké jsou další cíle agentury a tebe osobně, jako jejího majitele?**

Cíl pro mě osobně je zpomalit. To však nemůže být cílem naší agentury, která naopak musí růst a postupovat rychleji než kdykoli předtím.

**Není to trošku protichůdné vyjádření?**

Ani ne. Jsou to dva cíle, které potřebuji dostat do souladu. Rád bych je oba naplnil, a proto se v poslední době věnuji i tomu, jak toho dosáhnout.

**Pomýšlíš už na důchod?**

To asi závisí na tom, co si představíš pod pojmem důchod. Ale teď by bylo předčasné o tom mluvit.

**To zní jako bys něco chystal.**

Dalo by se to tak říct.

**Ok. Hypoteticky, kdyby ses jednou chystal do důchodu, jakou osobu bys chtěl vidět na svém místě? Jaký typ člověka by to měl být? Co je pro tebe důležité?**

Musí to být férový, kreativní a originální člověk. Musí dobře vycházet s lidmi, mít přirozený respekt, ale zároveň být lidský. Komunikace je podle mě klíčová. Někdo takového nástupce nikdy nepotká, někdo má to štěstí, že ano.

**Ty takového máš?**

Možná. To se ještě uvidí.

**Více z tebe nedostanu?**

Určitě ne! (smích)

**V pořádku, tak se tedy necháme překvapit. Řekni nám ještě, jak plánujete ve firmě oslavit kulaté narozeniny? Bude nějaká párty?**

Samozřejmě, bude. Plánujeme to pořádně oslavit v kruhu našich nejbližších lidí, věrných klientů i zástupců médií. Chystám i jedno hudební překvapení, ale víc neprozradím.

**Přijde pozvánka i mně?**

(smích) Jasně, jsi na seznamu.

**Skvělé. To jsem chtěl slyšet. Vlastně jen proto jsem tě oslovil k rozhovoru. Ale ne, dělám si legraci. Pokud mě pozveš, rád přijdu. Každopádně děkuji ti, že jsi náš rozhovor dokázal vtěsnat do své ranní rutiny, i když mám pocit, že více otázek zůstalo otevřených než zodpovězených.**

Sorry, to jsem nechtěl.

**Nevadí, zvykl jsem si. Ještě jednou ti, Martine, moc děkuji, že sis udělal čas. Gratuluji ke krásnému výročí a ke všem tvým úspěchům.**

Děkuji.