

Sean Morrissey, náš nový generální ředitel, oficiálně nastoupil 1. července, v první den prázdnin. Uvolněné období roku mu dává příležitost se usadit nejen do své nové role, ale také v novém domově v Praze se svou partnerkou Camillou. Hodina, během níž rozhovor proběhl, uběhla neuvěřitelně rychle, jak už to bývá, když je konverzace zajímavá. Zeditovat rozhovor pak bylo skoro nemožné. Abyste dostali celý obrázek, zveřejňujeme zde krátkou verzi rozhovoru a jeho plnou verzi máte k dispozici on-line v komunitě časopisu *Generace*.



Foto Jan Tůma

Při cestě vpřed jde o evoluci, nikoliv revoluci, říká Sean

Jaké byly vaše první dojmy z České republiky?

SM: Většina lidí už asi slyšela, že jsem měl zajímavé první setkání s českou policií. Vracel jsem se taxíkem z off-site meetingu SMT, když naše taxi zastavila dvě policejní auta a šest policistů s pistolemi, kteří se snažili zjistit, zda je naše auto kradené. Naštěstí Tomáš Černý, náš právník, byl schopen se telefonicky spojit s policisty a vysvětlit jim, že jsem jen pasažér vozidla, takže mě pustili. To bude na dlouhou dobu má story o úsměvném příjezdu do České republiky. Kromě toho již Česko znám deset nebo jedenáct let, v letech 2000–2001 jsem měl na starosti pojištění podniku a byl jsem tady jednou nebo dvakrát do měsíce. Moc se mi tu líbí a nyní, když tu žijeme, mám možnost to tu ještě lépe poznat.

Nastoupil jste ve volnějším období – jak si zvykáte na nové prostředí? Je něco, co byste rozhodně chtěl změnit?

SM: To, že jsem nastoupil v poklidném období, mi dává možnost věci zhodnotit, zjistit, co se děje, a setkávat se s lidmi v uvolněnější atmosféře. V současné době se věnuji poznávání lidí a shromažďování jejich zpětné vazby k našemu podniku. Jedno je jisté: změny, které provedeme, budou evolucí, nikoliv revolucí – máme vynikající firmu, v níž je příležitost pár věcí upravit a vylepšit.

První, čím se musíme zabývat, je, jak dostat do banky více nových zákazníků a jak fungovat více jako jeden tým, který má společné cíle v nejrůznějších funkcích. Důvod, proč jsou tyto prvky

tak důležité, je ten, že podle Growth Playbook (*strategické kontroly provedené v dubnu a květnu, pozn. aut.*) musíme v roce 2014 dosahovat čistého zisku 300 mil. dolarů.

Na základě zpětné vazby se budeme zabývat současným provozním rytmem ve firmě, včetně komunikace. Slyšel jsem, že možná nekomunikujeme dostatečně o věcech, které lidé chtějí vědět, například o tom, co je součástí naší Growth Playbook. Můj postoj je takový, že když týmu neřekneme, co tam je, nemůžeme od nich očekávat, že to splní, takže se začneme s lidmi o tomto dokumentu více bavit. Musím jen dodat, že jsem dost neformální člověk, takže se budu snažit pohybovat různě po celé firmě a odpoví-

dat na dotazy zaměstnanců. Uvidíte-li mě někde na chodbě nebo v kanceláři, nebojte se mě oslovit a zeptat se na cokoli. A konečně, umožníme zástupcům SMT účastnit se schůzek tam, kde to nebylo v minulosti vždy možné.

Stávající čtyřletá strategie „Expedice 2012“ v roce 2012 skončí. Jaké jsou vaše plány ohledně budoucího rozvoje české firmy?

SM: I zde musím říct, že mi jde více o evoluci než revoluci – myslím, že v posledních třech, čtyřech letech jsme postupovali správným směrem. V minulosti jsme byli známi spíše jako poskytovatel spotřebitelských úvěrů, avšak v posledních letech jsme se přetvořili na mnohem univerzálnější banku. A to je z dlouhodobého pohledu správný přístup. Nyní se musíme rozhodnout, co dalšího je nutné udělat, abychom na tom mohli stavět. Druhá věc, nad kterou se musíme zamyslet, je, jak se stát relevantnějšími a přitažlivějšími pro bohatší zákazníky a klienty z podnikové sféry. Musíme se zamyslet nad tím, jak komunikujeme, do jaké pozice se stavíme či jak působíme na nové skupiny zákazníků – právě na této výzvě musíme teď všichni pracovat!

Takže na listopadovém Leadership Council představíte novou strategii?

SM: Strategie je zajímavá věc. Může člověku pomoci, ale může se také obrátit proti němu. Pomáhá, pokud je lidem jasné, co musíme udělat, co za tím stojí a jakým směrem se máme vydat. Pokud však řekneme, že strategie je něco, co je pevně dané na dalších pět let, pak ztratíme možnost být kreativní a přizpůsobovat se trhu. Do listopadu budeme schopni určit základní obrisy toho, kam budeme směřovat v budoucnu, a tuto představu budeme neustále uzpůsobovat podle toho, jak se situace kolem nás bude vyvíjet.

Plánujete cestovat do regionů, abyste se dozvěděli více o svém podniku a setkal se zaměstnanci?

SM: Do našeho Centra zákaznických služeb se

budu snažit dostat nejméně jednou za dva měsíce. V Maďarsku jsem to dělal naprosto bez výjimky, takže se budu nejméně každých šest až osm týdnů snažit jezdit do Ostravy. Jednou za měsíc se také pokusím vyrazit do poboček, strávit den v určitém regionu, neformálně se setkávat s lidmi z poboček, povídat si s nimi, povídat si s manažerem pobočky a snažit se pochopit, co dělají a s jakými výzvami se potýkají. Vzhledem k tomu, že máme tolik poboček, to bude chvíli trvat. Budu muset navštívit čtyři až pět denně, aby ty návštěvy vůbec k něčemu byly. První návštěvy se již plánují na začátek srpna a já se na ně skutečně těším.

Jaký jste jako manažer, co od vás lidé mohou čekat?

SM: Mohou očekávat výzvy. Jsem docela otevřený, lidem říkám, co si myslím, a snažím se, aby lidé měli své názory, diskutovali o nich a nacházeli ta nejlepší řešení. Také bych lidi požádal o malou pomoc – pojďme mluvit o tom, co můžeme udělat, a nenechme se stáhnout do debat o věcech, jichž dosáhnout nemůžeme. Pamatujme na to, že jsou chvíle, kdy já nemám na vybranou, protože akcionář má svůj postoj. Pokud jde o komunikaci, jsem uvolněný, lidé ke mně mohou přicházet a odcházet, jak chtějí, odchytit mě v jídelně či na chodbě.

Dávám přednost krátkým, stručným prezentacím před dlouhými. Vždycky si říkám, že pokud člověk nemůže věc shrnout do pár stránek, tak si ji asi dostatečně nepromyslel. Nejsem člověk, co používá papír – snažím se používat technologie ve všem, co děláme. Vydal jsem se na křížovou cestu za záchranu deštných pralesů snižováním množství papíru, které každoročně spotřebujeme.

Asi víte, že GE Money Bank ČR si vede dobře v práci se sociálními médii. Probíhají také projekty zabývající se využitím dalších pokročilých technologií v retailovém bankovníctví. Co si o těchto snahách myslíte, když jste říkal, že jste příznivcem moderních technologií?



Foto archiv

SM: Jestli jsem příznivcem? Samozřejmě. Myslím, že by člověk musel být hloupý, aby řekl, že v tom není budoucnost. Lidé říkají, že to využívají jen mladí lidé. Ano, ale hádejte, co: právě tyto lidi potřebujeme přitáhnout k naší firmě již nyní, protože tito lidé pak s námi budou dalších čtyřicet nebo padesát let. Takže se musíme přizpůsobit a vyjít jim vstříc, protože oni se nám přizpůsobovat nebudou. Myslím, že musíme přijít na to, jak tato média a tyto technologie využívat, a získat z toho skutečný finanční prospěch. Je výborné, že se spouště lidí „líbíme“ či je „máme v přátelích“, ale otázkou je, jaký je tu obchodní model? Jak všechna tato „líbí se mi“ a „přátelé“ přetavit na skutečný obchod?

Čím jste chtěl být jako dítě? Chtěl jste být finančníkem?

SM: O čem jsem snil? Měl jsem dva sny: sen každého chlapce – chtěl jsem být profesionálním fotbalistou a hrát za Chelsea, samozřejmě. A ten druhý byl hasič. To možná proto, že hasičem byl kamarád mého otce a ten nás bral do hasičské stanice. Říkal jsem si někdy, že chci být bankéřem? Uvažoval jsem o tom, že bych mohl být účetním, ale pak jsem si uvědomil, že to je pro mě moc formální. Bankéřem jsem se stal náhodou, ale nikdy jsem toho nelitoval. Mám skvělou kariéru, žil jsem v pěti různých zemích, řeším spoustu nových výzev i věcí, které by mě jako dítě nikdy nenapadly. A jsem za to moc rád.

Kompletní verzi rozhovoru najdete v komunitě Generace na adrese http://sc.ge.com/*Generace.

Ptala se Klára Smolová, šéfredaktorka



Foto archiv