

TRADYCJA KONTRA NOWOCZESNOŚĆ

Rodzinna firma to obowiązek czy pasja? Rodzice wprawdzie wspierają, ale powoli akceptują zmiany. No i jak tu podczas obiadu nie rozmawiać o pracy? O swoich doświadczeniach mówią młode współwłaścicielki znanych marek WYSŁUCHAŁA MAGDA RYBAK



Aleksandra
JUSIS

Prezes firmy Balladine

Mama była zawsze związana z modą. 25 lat temu założyła firmę, mały domowy biznes. Pamiętam, że już jako mała dziewczynka wracałam ze szkoły, odrabiałam lekcje i pomagałam mamie we wszelkich pracach związanych z rozwojem firmy. Robiłam to dalej, tylko że w weekendy, gdy wyjechałam na studia do Warszawy. Jednocześnie wyjeżdżałyśmy z mamą na targi do Paryża, by przygotowywać się do zmiany profilu produkcji na skierowaną na wymagających klientów.

Pierwotnie naszym asortymentem były głównie koszule i bluzki – taki wybór oferował nasz pierwszy sklep. Po latach doświadczeń z powodzeniem prowadzimy cztery sklepy firmowe marki „Balladine”, ale

już multibrandowe. Okazało się bowiem, że kobiety chcą się ubierać kompleksowo. Zaczęliśmy szukać do współpracy innych polskich producentów i jesteśmy bardzo zadowoleni z jej efektów.

Obecnie, i przyznając to z dumą, pracujemy z czołowymi polskimi markami i dostajemy nagrody, jak e-Commerce Polska Awards w kategorii Przełamanie Niefuności czy Webstarfestival za Stronę Roku 2013 (Odzież i Moda).

Moja praca to moja pasja. Od małego mocno się angażowałam we wszystkie działania naszej firmy i wiązałam z nią moją przyszłość. Przetrwaliśmy różne kryzysy i dobrze się trzymamy, głównie dzięki przemyślanej polityce inwestowania, której nauczyłam się od rodziców. Nie mogę powiedzieć, że jestem kolejnym pokoleniem w firmie, bo czuję, że współtworzyłam ją od samego początku. Bardzo szanuję doświadczenie mojej mamy i wiem, że musimy patrzeć przed

siebie, dlatego stworzyliśmy sklep on-line Balladine.com, który jest unikalnym połączeniem możliwości zakupu w salonach firmowe oraz on-line. Wszystko, co robimy, jest z myślą o naszych klientach – tego nauczyli mnie rodzice. To klient stanowi fundament firmy, i jego zadowolenie jest dla mnie najważniejsze. Bo moda to nie tylko ubrania, ale styl życia.

Na co dzień w pracy cenię sobie uczciwe postawienie sprawy. Staram się z każdym pracownikiem rozmawiać, rozumieć go i postępować fair. Mogę pochwalić się profesjonalnym zespołem, który mocno się angażuje w rozwój firmy. Nigdy nie chciałam zrobić z Balladine sieciówki, stawiam na rodzinną tradycję i jakość. Cały czas inwestujemy w rozwój. Mamy plan, żeby wejść na zachodni rynek, do krajów, które cenią sobie polską jakość produktów.

Przyznaję, że koszty rodzinnego biznesu są duże. Ogarnięcie ogromnej szwalni z maszynami i kilometra-

mi materiałów, obsługa salonów firmowych i sklepu on-line, działającego 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, reklamy i inwestycje w nowe technologie – to wszystko jest okupione dużym stresem. Nawet gdy wyjeżdżam na wakacje, myślę o pracy. Ale w końcu robię to, co lubię, więc nie odczuwam tego jako ciężaru.

**NIGDY NIE CHCIAŁAM ZROBIĆ
Z NASZEJ FIRMY SIECIÓWKI,
STAWIAM NA TRADYCJĘ
I JAKOŚĆ. JESTEŚMY TEŻ
OTWARCI NA ZACHÓD,
KTÓRY DOCENIA POLSKIE
MARKI**



Małgorzata GRYCAN

córka Elżbiety i Zbigniewa Grycanów,
trzecia zarządzająca firmą
Grycan – Lody od pokoleń

Wzrastałam w świecie lodziarni.

Tę na ul. Puławskiej w Warszawie prowadzimy od 1980 roku. Wraz z moją siostrą bliźniaczką przychodziliśmy tu sprzedawać lody. To była wspaniała zabawa. Podobnie jak odwiedzanie fabryki – patrzyliśmy, jak z masy lodowej powstają lody na patykach, w rożkach i w pojemniczkach. W sierpniu 2004 roku, trzy lata po sprzedaży Zielonej Budki powstała firma Grycan – Lody od pokoleń. W październiku, gdy zaczynałam studia, otworzyliśmy pierwszą lodziarnię w centrum handlowym, w Arkadii. To był dla nas zupełnie nowy świat – kilkadziesiąt smaków w witrynie i desery w pucharach. I to był boom, na który nie byliśmy przygotowani. Brakowało nam pracowników

i wszyscy – ja, mama, tata, siostra – pracowaliśmy tam od rana do nocy. Na drugim roku studiów rodzice prezentowali każdej z nas lodziarnię na zasadach franczyzy. Musiałam założyć swoją firmę, zatrudnić pracowników i płacić opłatę od obrotów. Rodzice nie oczekiwali od nas wyjątkowych efektów, chcieli dać nam doświadczenie i możliwość zarobienia pieniędzy. Ale ja się bardzo zaangażowałam w swoją lodziarnię w Wola Parku. Rekrutowałam pracowników i doglądałam wszystkiego. W tygodniu studiowałam, a weekendy spędzałam w pracy. Tak minęły mi studia, ale dzięki temu poznałam pracę lodziarni na każdym odcinku. Później dostałam drugą lodziarnię na Bemowie i trzecią w Galerii Mokotów. Teraz swoje lodziarnie odwiedzam już, niestety, tylko od święta, bo wciągnęłam się w zarządzanie całą siecią prawie 130 lokali. Do niedawna wszystko robiliśmy sami. Dopiero kilka lat temu zaczęliśmy grupować lodziarnie w różnych regionach i stworzyliśmy zespół lokalnych koordynatorów, którymi z pomocą mamy zarządzałam. Obecnie są już w firmie struktury i podzielone obszary odpowiedzialności. Długo denerwowałyśmy się tym, że nie ma nas na wszystkich spotkaniach, tylko przedstawiane są nam finalne propozycje. Ale teraz doceniamy już plusy delegowania obowiązków.

Mam niesamowite szczęście, że robię to, co lubię. Moja praca jest różnorodna, zajmuję się co i rusz nowymi tematami, i mam duże poczucie sprawczości. Podejmuję decyzje typu wprowadzenie nowego menu lub oferty sezonowej. Zajmuję się też polityką personalną, wprowadziłam też cały proces szkoleń dla kierowników. Mama mówi, że wnoszę powiew świeżości, ale na pewno zmiany potrzeba czasu. Przez dłuższy czas

mieliśmy granatową kartę menu i gdy po długim okresie pracy nad nową, czekoladową, przyniosłam ją tacie do akceptacji, powiedział: „Świetna, tylko dlaczego nie granatowa?”

Mam szacunek i dla naszej tradycji, i dla naszych klientów. Wiem, że wielu z nich przychodzi do nas właśnie ze względu na tę tradycję. Ale wiem też, że mamy wielu klientów młodych, którzy oczekują od nas czegoś nowego. Obserwujemy, jak zmienia się rynek. Zwiększa się rola kawy, więc i u nas jest jej coraz więcej. Długo wszystkie nasze produkty miały polskie nazwy, ale zaczęło do nas przychodzić pokolenie, które zamawia „ice latte”, a nie „kawę mrożoną”, więc zaakceptowaliśmy tę zmianę. W biznesie trzeba mieć odwagę w podejmowaniu decyzji – brak decyzji jest gorszy od złej decyzji. Wciąż uczę się tego od taty. Trzeba wierzyć w to, co się robi. I może najważniejsze: my naprawdę lubimy naszych klientów.

PRZEZ DŁUŻSZY CZAS
MIELIŚMY GRANATOWĄ KARTĘ
MENU. KIEDY PRZYNIOSŁAM
TACIE NOWĄ, CZEKOLADOWĄ,
**POWIEDZIAŁ: „ŚWIETNA,
TYLKO DLACZEGO NIE
GRANATOWA?”**

W menu jest opisana historia naszej firmy, w tym zdanie: „Chcemy sprawiać przyjemność w różnych momentach życia”. Mamy wielkie szczęście, że zajmujemy się czymś tak przyjemnym, jak lody. Ale to ma swój koszt – cały czas pracujemy. Gdy spotykamy się na niedzielnym obiedzie u rodziców, w końcu mówię: „dość, porozmawiamy o tym jutro w pracy”.