

DORADCZY DUET

ROZMOWA Z **SEBASTIANEM GOŚCINIARKIEM**
I **BARTOSZEM BACĄ** PARTNERAMI, WSPÓŁZAŁOŻYCIELAMI
FIRMY DORADZTWA GOSPODARCZEGO BBSG



CO LUBI BARTOSZ BACA?

ZEGAREK → IWC
UBRANIA → woli ubrania szyte na miarę u krawca
ZAPACH → Bulgari Marine
KUCHNIA → egzotyczna, lokalna
RESTAURACJA → poznańska Villa Magnolia z włoską kuchnią
SAMOCHÓD → jeździ Seatem, chciałby mieć kiedyś Citroena DS, najlepiej czarnego

– Po latach pracy w wielkich korporacjach zdecydowaliście się na własny biznes? Ciężko było podjąć taką decyzję?

Sebastian Gościński – Obaj wywodzimy się z doradztwa. Ja zaczynałem swoją karierę w firmie doradczej, potem przez lata pracowałem w funduszu venture capital, potem przeszedłem do Pricewaterhouse Coopers, gdzie spędziłem 10 lat. Bartek pracował tam 5 lat. Wspólnie stwierdziliśmy, że warto zacząć pracować na własny rachunek. Korporacja to taka złota klatka, w której nie zawsze jest wygodnie, czasami coś uwiera, ale generalnie dobrze się ją zna. Korporacja daje stabilność, przewidywalność. Ja do tej decyzji dojrzywałem jakiś czas, ale właściwie zawsze chciałem pracować dla siebie. Myślę, że w tej decyzji pomogło też to, że nad wieloma projektami w PwC pracowaliśmy wspólnie i bardzo dobrze się rozumieliśmy. Wiemy, czego możemy się po sobie spodziewać.

Bartosz Baca – To duży atut. Sądzę, że taka sytuacja powtarza się w historiach wielu firm. To, że mieliśmy okazję sprawdzić się wcześniej, w ramach dużej organizacji. Wspólne projekty, wspólnie spędzony czas pomogły wypracować porozumienie. Przede wszystkim mamy coś bezcennego. Z jednej strony konieczna jest chłodna kalkulacja biznesowa przedsięwzięcia, bo przecież mamy swoje udziały, a każdy z nas wniósł swój kapitał. Ale też mamy jeszcze coś, coś, co jest niezwykle ważne i może być podstawą sukcesu – wzajemne zaufanie. Okazało się, że mamy podobne podejście do pracy, filozofii biznesu, sposobu traktowania klientów.

– Mówicie panowie o swojej filozofii biznesu. Na czym ona polega?

B.B. – Staramy się też odróżniać od konkurencji kilkoma cechami. Po pierwsze to rzetelność, z którą podchodzimy do każdego klienta. To może utarte stwierdzenie, ale chcemy dawać naszemu klientowi produkt, z którym sami czujemy się komfortowo.

S.G. – Chcemy być specjalistami w sektorach, w których działamy. Chcemy robić rzeczy, w których czujemy się komfortowo. Dawać wysokiej klasy ekspertyzę. Nawet teraz, w fazie rozruchu naszej firmy, kiedy każ-

dy projekt byłby cenny dla naszej stabilizacji finansowej, nie bierzemy projektów niezgodnych z naszą specjalizacją. Nie znamy się na np. energetyce, więc nie będziemy przygotowywać projektów z tej dziedziny. Może kiedyś...

B.B. – Przypomina mi się nasz kolega, który też funkcjonuje na rynku doradczym. Trochę się śmieje z naszego podejścia. Są tacy, którzy biorą wszystko, każdą sprawę, bo nie chcą „zawieść klienta” odmawiając mu. Ja z takim podejściem się nie zgadzam.

S.G. – Tak do tego podchodzimy i już. Robimy to, w czym jesteśmy najlepsimi. Czas pokaże, czy jest to właściwe podejście.

– Ta wasza specjalizacja jest dość ciekawa: sektor lotniczy, transport, imprezy sportowe...

S.G. – Sektor lotniczy jest nam zdecydowanie najbliższy. W tej branży działają różne firmy, duże, średnie, małe i pojedynczy konsultanci. Każdy obsługuje wybraną przez siebie niszę. Konkurencja wbrew pozorom jest spora. To nie jest wielki rynek, na którym każdy zarobi miliony. Wiemy, że jako mała firma nie jesteśmy w stanie zrealizować niektórych projektów, ale też nie porywamy się z motyką na słońce. Dokładnie wiemy na co nas



CO LUBI ← SEBASTIAN GOŚCINIAREK?

ZEGARKI → nakręcane

PIÓRA → Dupont

ZAPACH → Fahrenheit

SAMOCHÓD → nie lubi, uwielbia motory,
jeździ Hondą CBR 600

HOBBY → cukiernictwo, piecze świetne ciasta,
raz w roku, podczas wakacji wyjeżdża na
praktyki do zakładu cukierniczego. Dużo
jeździ na rowerze

stać. W tym sektorze należy czasami łączyć różne kompetencje: prawne, techniczne, finansowe, itp. Mamy oczywiście doświadczenie w łączeniu zespołów i zarządzaniu nimi, ale też wiemy, że jesteśmy w stanie działać najlepiej w obszarach, w których mamy absolutną specjalizację, np. zaopatrywanie lotnisk w paliwo.

– Na czym to polega w praktyce?

B.B. – Zgłasza się na przykład do nas firma, dajmy na to lotnisko i mówi, że nie zarabia wystarczająco na paliwie, że linie lotnicze nie są zadowolone z dostawców i z tego, jak wygląda zaopatrywanie w paliwo na danym lotnisku. To konkretny problem. Staramy się poprowadzić takiego klienta od początku do końca, towarzyszyć mu w procesie decyzyjnym, bo to jest współpraca, staramy się zdefiniować zaistniałe problemy. Robimy analizę tego, co nie działa, i następnie, razem z klientem opracowujemy kilka wariantów, jak tę sytuację zmienić. Po przygotowaniu różnych scenariuszy rozwiązania tej sytuacji, staramy się dobrać najlepszy wariant dla klienta. Wybieramy go razem z nim, dyskutując, dociekając, tak, żeby decyzja o rodzaju strategii była wspólna, następnie przechodzimy, do najważniejszego etapu, czyli wcielania wybranego programu

w życie. Najpierw teoria, potem praktyka. Na tym etapie zapraszamy wybrane przez nas firmy do współpracy, negocjujemy, załatwiamy najkorzystniejsze dla klienta umowy.

– Dajecie gwarancję?

S.G. – Nie ma na to gwarancji, oczywiście. Ale jeśli oferujemy ekspertyzę, to klient wie, że poświadczamy ją naszymi nazwiskami. Jesteśmy za nią odpowiedzialni.

B.B. – Często klienci mówią, że podpisali świetną umowę, na dobrych warunkach, z dobrą firmą. Na spotkaniach obecna była cała plejada gwiazd tej firmy, ale jak przyszło co do czego i trzeba było realizować projekt, zajmowali się tym całkiem inne osoby, które z punktu widzenia klienta prezentują zupełnie inny poziom wiedzy. Gwarantujemy, że jeżeli jesteśmy na spotkaniach, reprezentujemy klienta, prowadzimy rozmowy, przygotowujemy projekt, to my będziemy go realizować. Nie krytykujemy konkurencji, tylko chcemy powiedzieć, jak my to robimy.

– Na jakich polach doradzacie? To doradztwo strategiczne, finansowe, prawne?

S.G. – Niektóre firmy specjalizują się np. w analizach finansowych dla firm z różnych branż. My jesteśmy specjalistami od branży lotniczej i w tym sektorze oferujemy kompleksowe doradztwo. Jeżeli będziemy musieli dla tego sektora zrobić bardzo skomplikowaną analizę finansową, z którą moglibyśmy sobie nie poradzić, to poprosimy do współpracy specjalistę.

– Działacie też w branży sportowej?

S.G. – Współpracowałem nad przygotowaniem polskiego wniosku aplikacyjnego do udziału w Euro 2012 i tak to się zaczęło. Pracowałem też z poszczególnymi aplikującymi miastami. Dzięki naszej min. interwencji miasto Poznań zostało wybrane na jedno z miast gospodarzy tej imprezy. Pomagaliśmy też w stworzeniu koncepcji Strefy Kibica, tak, aby koszty dla miasta były jak najniższe, a jednocześnie spełnione były wymagania UEFA. Wspólnie z klientem zdecydowaliśmy się zaprosić do współpracy podmiot prywatny. Właśnie trwają przetargi.

– Jak planujecie pozyskiwać nowych klientów?

S.G. – Większość naszych klientów to są albo instytucje publiczne, albo takie przedsiębiorstwa, które stosują prawo zamówień publicznych. W większości takich przypadków musimy łączyć się w grupy specjalistów, którymi zarządzamy. Drugie źródło pozyskiwania nowych projektów to relacje personalne. To najcenniejsze źródło. Naszych potencjalnych klientów chcemy przede wszystkim przekonać, że to my jesteśmy najlepsi. To już działa. Na pewno pomaga nam fakt, że pracowaliśmy w PwC, jesteśmy znani na tym rynku i cenieni.

B.B. – Dobry, sprawdzony zespół naszych współpracowników daje klientowi kompleksowy produkt: doradztwo biznesowe, ekonomiczne, prawne, techniczne itp.

S.G. – Zwykle, gdy jakaś firma wchodzi na rynek, stara się być innowacyjna, wyróżniać się od innych. W naszym przypadku niekoniecznie tak jest. Rynek doradztwa jest rynkiem ustabilizowanym, dojrzałym, rządzącym się pewnymi regułami, w którym funkcjonują określone standardy. Nie ma tu specjalnie miejsca na innowacyjność. Liczy się jakość i profesjonalizm. I zaufanie klienta do naszych usług. ■