

rozmawiała: ILONA ADAMSKA

## RENATA WOZBA: *Z brakiem pokory jest mi nie po drodze*

“*Konkurencja jest zdrowym odruchem gospodarczej demokracji. Mam biuro na PGE Narodowym, tam jest mnóstwo start-upów. Gdy patrzę na tych, młodych, pełnych nadziei ludzi, którzy prześcigają się z pomysłami i nowymi rozwiązaniami na biznes, to napawa mnie to wszystko wielką dawką optymizmu, iż to młodsze pokolenie postawi nasz kraj jeszcze na wyżyny innowacji gospodarczej.*”

**Ilona Adamska: Wulkan energii, wieczna optymistka i wciąż idąca naprzód. Te słowa chyba najlepiej oddają Pani naturę?**

**Renata Wozba:** Nie do końca tak z tym wszystkim jest. To cechy, które z pewnością mam, ale bardziej w zewnętrznym świecie. Prywatnie jestem stonowana, wyciszona i zachowawcza.

**Trudno jest nam w to uwierzyć. Pani zaraża wszystkich wokół dobrą energią.**

Miło mi to słyszeć. Z natury nie lubię opowiadać o swoich problemach. Zwierzam się najbliższym osobom, które w moim otoczeniu są od przeszło kilkunastu lat. A jest ich w sumie garstka. Nie emanuję złymi emocjami, staram się bezkonfliktowo załatwiać wiele spraw i zawsze patrzeć w przyszłość z optymizmem. To raczej ja jestem tą, która podbudowuje znajomych, niż tą, która ociera swoje łzy na ich ramieniu.

**Czy uważa Pani, że trudno jest prowadzić własny biznes przez kobietę w tym kraju?**

Trudniej niż kiedyś. Czasy się zmieniły i nie nastrajają pozytywnie. I nie mam tu na myśli wyłącznie firm prowadzonych przez kobiety, ale ogólnie wszystkich. Państwo zamiast ułatwiać legislacyjnie prowadzenie działalności gospodarczej, co chwila wymyśla absurdalne zmiany, które wyłącznie demotywują do dalszego rozwoju.

**Co konkretnie ma Pani na myśli?**

Gdyby państwo było pro wobec przedsiębiorców, aż tak dużo ludzi nie emigrowałoby bądź nie zakładało spółek za granicą, tylko dlatego że koszty prowadzenia firmy nie rujnują ich tak jak w Polsce. Osoby zatrudniane mają pretensję wobec formy umów o pracę, jakim się im proponuje, tylko nikt nie patrzy na przedsiębiorców, którzy są zmuszeni uciekać, gdzie się da z kosztami m.in. zatrudnienia, bo inaczej zmuszeni byłiby zwinąć interes.

Po za tym mam w swoim otoczeniu gros znajomych, którzy są świetnie wykształceni, mają bardzo dobre kwalifikacje zawodowe, umiejętności, a ledwo wiążą koniec z końcem. Tu nie chodzi o brak zaradności czy przebojowości. Tylko o możliwości, jakie powinno im się dać w kraju takim, jak Polska. Gdyby żyli na Zachodzie, to ich kariera osiągnęłaby Mont Everest możliwości.

**Pani firma zajmuje się tworzeniem i wdrażaniem strategii rozwoju dla firm, w tym również komunikacją i zarządzaniem sytuacją kryzysową. Czy nie uważa Pani, że w Polsce rynek jest już nasycony tego typ usługami?**

To nie o nasycenie chodzi. Na prowadzenie czy sukces danej firmy o podobnym profilu, co moja, wpływa wiele czynników: kompetencje, doświadczenie, zgrany zespół, dbałość o klienta. Zawsze kibicuję innym firmom. Z podziwem patrzę, jak się rozwijają, pracują przy ciekawych projektach. To mnie w mojej pracy również inspirowuje. Warto otaczać się dobrymi w swoim fachu ludźmi. Konkurencja jest zdrowym odruchem gospodarczej demokracji. Mam biuro na PGE Narodowym, tam jest mnóstwo start-upów. Gdy patrzę na tych, młodych, pełnych nadziei ludzi, którzy prześcigają się z pomysłami i nowymi rozwiązaniami na biznes, to napawa mnie to wszystko wielką dawką optymizmu, iż to młodsze pokolenie postawi nasz kraj jeszcze na wyżyny innowacji gospodarczej. Bez względu na panujące rządy i opcje polityczne.

**Ale nie każdy ma takie podejście do konkurencji jak Pani. Wiele firm próbuje się wzajemnie niszczyć, prowokować pewne działania na niekorzyść konkurencji...**

Za wszystkim stoją ludzie. Jeśli mają w sobie same negatywne emocje względem innych, to w ten sposób również funkcjonują przedsiębiorstwa, na czele których stoją. Nigdy nie byłam zwolennikiem agresywności w biznesie, tworzenia czarnego PR wobec bezpośredniej konkurencji. Niestety często jestem świadkiem tego typu nieetycznych działań. Prowadzę projekty, w których nadrzędnym celem jest naprawa wizerunku firmy, która została często niesłusznie zdeptana poprzez nieetyczne ruchy konkurencji. Z dobrze prosperującego przedsiębiorstwa, nagle, z dnia na dzień, zostaje zachwiana w sposób agresywny wieloletnia reputacja, historia działalności, a za tym idzie utrata płynności finansowej, która od razu ciągnie za sobą zwolnienia pracowników.

**Czy taka firma ma szansę się dźwignąć?**

Odpowiem, przedstawiając ostatni mój projekt. Firma z obszaru medycznego. Młoda, ale o ugruntowanej pozycji na rynku, stabilna. Z roku na rok odnotowująca wzrost finansowy oraz liczbę pacjentów. Nagle zarząd firmy otrzymuje informację od jednego z dziennikarzy telewizji publicznej, iż przygotowany jest materiał o działalności firmy, ale ostrzega, iż nie będzie on miał wymiaru pozytywnego. Dziennikarz podaje kilka wątpliwych informacji i źródło, na bazie którego przygotowany jest materiał, który lada moment zostanie opublikowany. Tak

też się stało. Po tej sytuacji zostałam poproszona przez zarząd firmy o zajęcie się sprawą. Wraz z zespołem, po wnikliwej analizie sytuacji, również prawnej, okazało się, że zarówno źródło, jak i informacje na podstawie których telewizja opublikowała niechlubny materiał, to nie merytorycznego i wielce wątpliwego. Jednak opublikowanie materiału z dnia na dzień godziło w dobre imię spółki. Musieliśmy podjąć błyskawiczne działania naprawcze, przygotować kontrargumenty, a przede wszystkim udowodnić, iż opublikowany materiał to nic innego jak nieprawda. Finał był taki, iż telewizja publiczna oficjalnie przeprosiła mojego klienta za publikację, przyznając się do błędu i zdjęła całość materiału.

**To chyba rzadkość, aby telewizja publiczna oficjalnie przeproszała za emisję własnego materiału, w dodatku wobec firmy komercyjnej?**

To prawda. Satysfakcja tym bardziej była duża, iż byliśmy w stanie przeciwstawić się gigantowi i udowodnić, że się mylił.

**Czasami jednak trudno w takiej sytuacji zawodowo działać, gdzie brak etyczności coraz bardziej się zaciera z codziennością?**

Takie mamy czasy, iż pokora stanowi wadę, a nie zaletę zarówno w sferze zawodowej, jak i prywatnej. Ludzie wolą lawirować, kolaborować, nie dotrzymywać słowa niż starać się tworzyć wspólnie ciekawe projekty, łączyć się, wspierać biznesowo. Zawsze byłam zwolenniczką aspirowania wyżej, tam, gdzie zasady fair play jeszcze coś znaczą w biznesie. Pracuję przy tak zróżnicowanych projektach, gdzie często współpraca na pierwszy rzut oka nie jest możliwa. A jednak mi się udaje. Najważniejsze to znaleźć wspólny cel i za nim podążać.

**A w życiu prywatnym też wyznaje Pani podobne wartości?**

W tej sferze najważniejsi są oczywiście najbliżsi. Życie cały czas weryfikuje to grono. Doświadczyłam w ostatnim czasie na tym polu wielu porażek i rozczarowań. Jednak jak to jedna z moich bliskich znajomych zwykła mówić, życie nie lubi próżni, stąd w ostatnim czasie pojawiły się w moim życiu całkiem nowe osoby, które w trudnym dla mnie okresie życia dały mi bardzo dużo wsparcia i ciepła. Myślę, że trzeba dziękować za każdą chwilę, za każdą drobną przyjemność w życiu, które, jak dobrze wiemy, potrafi być bardzo kruche. Osobiście z brakiem pokory jest mi nie po drodze, stąd może jest mi czasami o wiele trudniej niż innym, jednak wolę bardziej intensywniej i głębiej przeżywać życie niż odwrotnie.



**Renata Wozba**, założycielka Reewo PR&Marketing Strategy. Wieloletni praktyk z obszaru strategii marketingowej, PR oraz public affairs. Absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego i Zarządzania Marką w Kolegium Gospodarki Światowej Szkoły Głównej Handlowej. Pracowała na kierowniczych stanowiskach dla spółek w sektorze finansowym, odzieżowym, nieruchomości komercyjnych, telekomunikacyjnym, energetycznym, medycznym. Była również niezależnym ekspertem zarządów i rad nadzorczych firm, które swoją działalność rozszerzały na rynki zagraniczne, w tym rynki wschodnie. Jest współtwórczynią sukcesu wielu produktów na rynku, w tym również o profilu premium. Doradzała również w obszarze marketingu politycznego. Brała udział w projektach, które wymagały wsparcia z dziedziny public affairs przy współpracy sektora prywatnego z sektorem publicznym, w tym władzami miast. Autorka licznych publikacji prasowych oraz szkoleń z dziedziny strategii marketingowej, PR, PA oraz pracy z mediami i wystąpień publicznych. W obszarze swojej specjalizacji zawodowej jest ekspertką prestiżowego „Forbesa”. Zasiada w radzie programowej Kongresu Kobiet, radzie programowej Forum Kobiet w Infrastrukturze i Transporcie oraz w kapitule Ogólnopolskiego Projektu „Hotel Przyjazny Rodzinie”.