



INTERVJU

MAJA GOLOB SVETOVALKA ZA DIREKTNI MARKETING, PODJETNICA IN SEDAJ TUDI AVTORICA KNJIGE

Maja Golob je po rodu iz Zagorja ob Savi, kjer je preživela lepo otroštvo, po študiju ekonomije v Ljubljani pa je minilo še kar nekaj let, preden se je ustalila. Ko je bila še na začetku svoje poklicne poti, si je želela živeti v Londonu in cilj se ji ni zdel nedosegljiv, saj je zaradi svoje službe prepotovala velik del sveta in bi lahko živela v katerikoli velemestu. Niti slučajno si ni mislila, da jo bo ljubezen pripeljala v Hotično, kjer si je s partnerjem Acom Spasovičem ustvarila družino. Še več, v naši mali brkinski vasiči sta odprla tudi uspešno marketinško podjetje. Maja, tvoja kariera se je pričela v podjetju Studio Moderna, ko je bilo tam samo nekaj zaposlenih in ste prodajali izdelek Kosmodisk, z leti pa je preraslo v mednarodno podjetje z več tisoč zaposlenimi. Z rastjo podjetja si napredovala tudi ti, vse do direktorice marketinga za 11 držav. Podjetje te je kot strokovnjakinjo pošiljalo na vse konce sveta. Nam lahko malo opišeš to obdobje?

To je bilo zelo dinamično in turbulentno obdobje, saj je podjetje zelo hitro rastlo in jaz sem rasla skupaj z njim. Samo od tebe kot posameznika je bilo odvisno, koliko energije in časa si bil pripravljen vložiti v delo in učenje. Srkala sem novo znanje, nove izkušnje in bila sem ravno prav ambiciozna, da sem z odprtimi rokami

sprejela vse izzive, ki so mi prišli naproti. Podjetje je veliko vlagalo v izobraževanje – učili smo se od najboljših strokovnjakov v svetovnem merilu, o katerih večina le sliši ali bere njihove knjige. V teh desetih letih sem prepotovala dobršen del Evrope in ZDA, bila sem tudi v Mehiki in na Tajskem, saj so bili poslovni partnerji večinoma v tujini. Ko se je podjetje širilo po vzhodni Evropi, sem dobila možnost, da svoje znanje in izkušnje iz Slovenije prenašam na ekipe v teh državah. V nekem obdobju sem bila tako več na poti kot v Sloveniji. Včasih sem se zjutraj zbudila in sem morala pomisliti, kje pravzaprav sem. Skoraj dve leti sem živela v Varšavi, glavnem mestu Poljske. Življenje v tujini je neprecenljiva izkušnja, ki jo priporočam vsakemu.

Tedanje podjetje vam je tudi omogočilo izobraževanja s področja direktnega marketinga v tujini, pretežno v ZDA? To znanje ti je prišlo zelo prav pri delu. Nam najprej opišeš, kaj sploh je direktni marketing?

Najbolj znana oblika direktnega marketinga sta televizijska prodaja in osebna prodaja. S tem sem začela tudi jaz: s predstavami Kosmodiska na dogodkih po Sloveniji, snemanjem reklam zadovoljnih uporabnikov ter kasneje s produkcijo spotov za televizijsko prodajo TOP SHOP. V bistvu pa sta to le dve obliki direktnega marketinga. Direktni marketing je namreč splet komunikacijskih ali prodajnih poti, kjer skuša podjetje vzpostaviti neposreden stik s potrošnikom (npr. z neposrednim osebnim stikom, po telefonu, e-pošti, po klasični pošti itd.), ga spoznati in podatke o njem uporabiti za bolj osebni pristop, obenem pa skrbno meriti uspešnost vsake prodajne akcije. Danes je praktično že vse direktni marketing, saj sta to omogočila digitalizacija in razvoj tehnologije, predvsem interneta.

Ko si se vrnila s Poljske v Ljubljano, si spoznala Aca in skupaj sta se odločila, da bosta ustanovila lastno podjetje. Tako je leta 2002 nastal Spago d.o.o., s sedežem v Hotični. Kakšne storitve ponuja vajino podjetje? Kako sta si razdelila delo in kaj se je spremenilo v teh 15 letih?

V Spagu podjetjem pomagamo pridobivati in ohranjati stranke, pri tem pa natančno načrtujemo vsak korak in tudi merimo njegovo uspešnost. Z Acom sva odlični tim, saj sva združila njegove podjetniške izkušnje z mojim marketinškim

znanjem: on vodi podjetje, organizira delo in skrbi za finance, jaz pa znam prepoznati nove priložnosti za rast in razvoj naročnikov ter to zapakirati v primerno vsebino, obliko in izvedbo. Oba sva aktivno vključena v prodajo in stike z naročniki.

Začela sva iz nič, s trkanjem na vrata podjetij. Naš prvi naročnik je bil Lek, nato je prišel Simobil ..., glas se je širil in sledila so številna velika in majhna podjetja: Mercator, OMV, Banka Koper, Plastika Skaza in drugi. Od lokalnih podjetij sodelujemo s podjetjema Aleas in Atech.

Od vsega začetka je naše vodilo to, da se vsakemu projektu posvetimo tako, kot da je naš, kot da bi imeli v rokah svoj denar – smo odgovorni do naročnika in do rezultatov. Če v nek projekt ne verjamemo, se ga raje ne lotimo. Zavedamo se namreč, da bo naročnik zadovoljen le, če bomo dosegli cilje – takrat bo nadaljeval sodelovanje ali nas celo priporočal svojim kolegom. Tako nove stranke prihajajo k nam v glavnem po priporočilih.



V Sloveniji si cenjena kot strokovnjakinja za direktni marketing, prodajo in odnose s strankami in velikokrat predavaš na te teme. Si tudi aktivna članica Društva za marketing Slovenije. Nam lahko poveš kaj več o svoji novi funkciji v njem?

Ja, pred letom dni sem na povabilo upravnega odbora Društva za marketing (DMS), katerega članica sem že skoraj 20 let, prevzela vodenje sekcije za direktni marketing in prodajo. Cilj sekcije je izboljšati učinkovitost marketinga v slovenskih podjetjih. Večina podjetij se namreč še vedno osredotoča zgolj na pridobivanje novih strank, premalo pa uporabljajo podatke o obstoječih strankah. To ni najbolj logično, če veš, da pridobivanje nove stranke stane 6- do 7-krat več, kot te stane, če želiš zadržati obstoječo stranko. Na zadnjem dogodku smo npr. govorili o tem, kako zakonito zbirati po-

datke o strankah, kako učinkovito komunicirati z njimi preko e-pošte, telefona ... Dobra novica je, da je vrhunsko marketinško znanje danes dostopno vsakomur: že za 90 € na leto se lahko vsak včlani v DMS in se udeleži od 14 do 45 vrhunskih marketinških srečanj na najbolj aktualne teme ter izmenjuje izkušnje z najboljšimi strokovnjaki. Res se splača izkoristiti.

Kdo pa je Maja zasebno? Partnerica, mama dveh otrok in strašno energična ženska – pa verjetno še marsikaj. Pred kratkim si izdala tudi knjigo, a o tem več pozneje. Nam najprej poveš še kaj o sebi?

Zadnjič me je novinarka izzvala, naj se opišem v petih besedah – ni bilo enostavno, saj vsak dan odigram veliko različnih vlog npr. mama, žena, gospodinja, podjetnica, prijateljica, plesalka ... in še bi lahko naštevala. No, na koncu sem se opisala kot zanesljiva, kreativna, predana, topla, neposredna, ker se to povezuje z vsem, kar počnem. Rada imam svojo družino – hvaležna sem, da sem spoznala Aca, ki je čudovit človek, in neskončno hvaležna za moja dva sončka, Luno in Lukca. Rada živim v Hotični, obkrožena z naravo. Rada se zbudim s pticami. Rada plešem. Rada imam svoje delo. Rada imam življenje in izzive, ki jih prinaša, čeprav niso vedno prijetni. Ampak verjamem, da vsak na svojo pot dobi točno tiste preizkušnje, tiste lekcije in tiste ljudi, ki jih potrebuje za to, da lahko postane boljša verzija sebe.

Življenje ti je nanizalo nekaj težkih preizkušenj, ki jih odkrito opisuješ tudi v knjigi. Ko si si ustvarila družino, si imela že uspešno kariero, a si še vedno ogromno delala, kar je od tebe terjalo precej več usklajevanja dela in družinskega življenja. Potem pa si

začela obiskovati plesno vadbo Nia, ki že tretje leto poteka v Hrpeljah in Rodiku, in v tvojem življenju je zavel nov veter. Zakaj in kako?

Na Nio me je opozorila svakinja Simona.



V nasprotju z Acom, ki je celo življenje igral rokomet, se jaz nikoli nisem ukvarjala z nobeno telesno aktivnostjo. Tako sem bila tudi do Nie na začetku skeptična, a me je začuda takoj osvojila, saj na lahkoten način povezuje elemente plesa, tehnik samozdravljenja in borilnih veščin. Med vadbo iz mene izpuhti vsa napetost, počutim se kot prerojena in polna energije. Nia me je notranje osvobodila, saj se skozi glasbo povežeš s svojim pravim jazom – to so bili moji prvi koraki in začetek iskanja sebe. Hvaležna sem za Nio, ki je v moje življenje pripeljala čudovite osebe in nove prijateljice.

Nazadnje se seveda posvetiva še tvoji knjigi za ženske, v kateri si opisala svoje poslovne in osebne izkušnje na poti do sreče. Knjiga ima naslov »NE ČAKAJ NA VIKEND« in je zanimiv preplet osebne izpovedi in priročnika. Slišim, da je knjiga zelo odmevna: imela si že intervjuje v revijah Viva, Jana in Pogled ..., dobivaš pa tudi veliko sporočil in pisem žensk, ki jim je tvoja knjiga odprla oči ali jih spodbu-

dila k spremembam. Povej nam nekaj več o njej – kako je nastala in kaj nam pripoveduje?

Knjigo sem posvetila ženskam, predvsem mamam, ki so v nenehni bitki s časom pozabile, da obstajajo in da imajo tudi svoje potrebe – sporoča jim, da si SMEJO in MORAJO vzeti tudi čas ZASE. Kot večina žensk sem se namreč tudi jaz spopadala z izzivom, kako uskladiti obveznosti v službi in doma, še posebej, ko sem postala mama. Pri tem sem se ujela v začaran krog: posrkale so me vsakodnevne obveznosti in živeti sem začela tako, kot so od mene pričakovali drugi. Nenadoma se zaveš, da nimaš več hobijev, nimaš več časa za prijateljice, nimaš več časa ZASE. Ko je začelo trpeti še zdravje, sem sprevidevala, da moram nekaj spremeniti. V knjigi sem opisala svojo pot do bolj uravnoteženega življenja, hkrati pa je knjiga priročnik z vajami, ki bralke po korakih vodi skozi izzive, ki jim pomagajo prepoznati njihove talente, bolj osredotočiti čas in energijo, doseči boljše ravnesje med službo in zasebnim življenjem ter zaživeti bolj polno, srečnejše življenje. Odzivi so neverjetni: vsak dan prejemam e-pošto bralk, berem njihove zgodbe, z menoj delijo spoznanja in želje po spremembah, sanje, ki bi jih rade uresničile – vsaka se nekje najde. Kot kaže, je to ena taka zdravilna knjiga, ki odpre srce in poboža žensko dušo.

Maja, želimo ti še naprej veliko uspehov v poslu in sreče z družino! Ker ti idej nikoli ne zmanjka, morda lahko pričakujemo še kakšno knjigo. Do takrat pa naj tvoj prvenec doseže čim več bralk in tudi bralcev, saj je v tem novoletnem času lahko prav lepo darilo.

Nives Mahne Čehovin



»NE ČAKAJ NA VIKEND« je osebna izpoved ženske, ki si je upala sanjati in je hotela vse: kariero, družino in svobodo, a je v nenehni dirki s časom in dokazovanju, da zmore in zna, popolnoma pozabila nase. Govori o pobegu iz udobnega življenja v korporativnem svetu; o premagovanju strahu ob začetkih v lastnem podjetju; o pasteh, ki ti grozijo, če si sam svoj šef, in veselju, ko ustvariš zgodbo o uspehu. Odkrito opisuje svoje spopadanje z izzivom, da uskladi delo in prosti čas, in kako je vse skupaj postalo še težje, ko je postala mama.

Knjiga razkriva 17 korakov in vaj, ki vam pomagajo uskladiti delo, družino in prosti čas ter zaživeti življenje svojih sanj. Podarite jo sebi, prijateljici, hčerki ali sodelavki. Za naročilo knjige obiščite spletno stran: www.necakajnavikend.si, pošljite e-pošto na: info@necakajnavikend.si ali pokličite: 040 660 266. DOSTAVA JE BREZPLAČNA!