

Petr Havlík, výkonný ředitel firmy SWELL, je jedním z těch, kteří ušli kus obdivuhodné cesty a stále jsou si vědomi, jak důležité jsou pro firmu lidé. V rozhovoru jsme si mimo jiné povídali o tom, jakým způsobem hledají do firmy ty správné „srdcaře“ a v čem jsou technické pozice kreativní.

Petr Havlík: Ohlédnout se za kolemjedoucím autem a vidět na něm výsledek svojí práce je rozhodně silný pocit.

► **Vaše firma je na trhu už od roku 1993. Kdy jste na „palubu“ naskočil vy?**

Nalodil jsem se během přílivu v létě 2007 jako jeden ze tří nových obchodníků. Bylo to v době rozvoje obchodu vůči novým zákazníkům a měli jsme před sebou hodně zajímavé práce.

► **V současné době jste výkonným ředitelem firmy. Jakou cestu jste k tomuto musel ujit?**

Myslím, že na té cestě ještě jsem. K dosavadní roli obchodníka jsem postupně přibral vedení útvaru marketingu a obchodu. Vedle směřování obchodních kapacit jsme se tedy v týmu naplno pustili do tvorby strategie značky, veškerých komunikačních aktivit vně i dovnitř firmy a samozřejmě zajišťování marketingových vstupů pro strategii firmy. Se stávajícími kolegy, vedoucími ostatních útvarů, jsme úspěšně absolvovali nedávnou změnu vlastníka naší firmy na finanční fond. Z té vyplynula potřeba převzít roli výkonného ředitele některým ze stávajících členů managementu. Ze strany vlastníků jsem byl k této roli pozván, tak jsem se zhluboka nadechl a udělal další krok. Cestu plnou nových zkušeností a učení teď vidím především před sebou.

► **Umíte jednoduše shrnout, čím se vaše firma zabývá?**

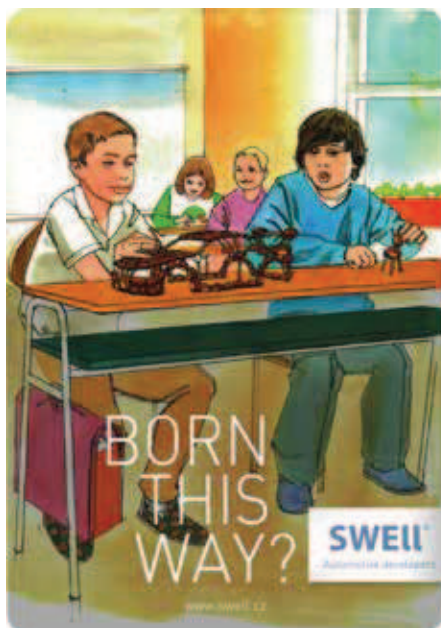
Poskytujeme vývojové služby firmám, které vyrábějí automobily nebo jejich součásti. Naši lidé například vyvíjejí karoserie automobilů a řadu plastových dílů, které můžete vidět v autě nebo na autě. Tak, aby se představy designérů automobilek mohly nakonec zhmotnit ve výrobě.

► **Pozice ve vaší firmě jsou hodně technické. Může se tedy zdát, že v práci není příliš velký prostor pro kreativitu. U vás je to ale jinak, že?**

Rozhodně. Například postup, jakým konstruktér dojde k požadovanému výsledku nebo jaký nový detail v tom či onom místě navrhne tak, aby celek fungoval a byl vyrobitelný, stojí a padá na jeho vlastních nápadech a zkušenostech. U výpočtářů je zase ohromně důležitý dobrý nápad při stavbě co nejjednoduššího výpočetního modelu při zachování fyzikálních principů, který nám v co nejkratším čase dá odpověď, co a jak se s prověřovaným dílem například při zatížení děje. Kolegové ve zkušebně často vymýšlejí úplně nové testy pro ověření vlastností součástek, které nikdy předtím zkoumány nebyly. Tady jede technická tvořivost na plné obrátky. A při ladění technologie lisování složitých hliníkových



Povedené inzeráty, které vytvořila firma SWELL, aby přilákala studenty technických škol.



komponentů je v prototypové dílně často potřeba hodně kreativity a trpělivosti.

► **Co považujete za nejzajímavější na práci vývojářů?**

Určitě právě zmíněný prostor pro tvořivost, uplatnění vlastních nápadů. Dobrodružství hledání nejjistého výsledku. Práci se špičkovými technologiemi. Podíl na vývoji tak technologicky i emočně nabitých objektech, jako jsou auta. Ohlédnout se za kolemjedoucím autem a vidět na něm výsledek svojí práce je rozhodně silný pocit.

► **V čem si myslíte, že máte oproti konkurenci výhodu? Jak z hlediska produktů firmy, tak z hlediska zaměstnavatele.**

V lidech. Tady odpovídám bez váhání a bez pochyby. U nás se setkávají opravdoví srdcaři, techničtí odborníci na svou oblast, kteří svojí práci navíc dávají svůj zápal. Zároveň to jsou fajn lidé, otevření a komunikativní, kteří dokážou výsledky své práce předat a srozumitelně vysvětlit tak, aby pro zákazníky byly opravdu užitečné. Další silou firmy SWELL je rychlost odezvy, za kterou nám naši zákazníci často děkují.

► **Na vašich stránkách, kde inzerujete volné pozice, máte i vyjádření svých zaměstnanců k tomu, jak se jim u vás pracuje. Co nejlákavějšího svým zaměstnancům nabízíte?**

Práci na skvělých věcech, práci ve firmě s fajn lidmi, práci v příjemném regionu, kde se i po práci dobře žije. Prostor pro seberealizaci, sebevzdělávání a odborný růst, pro ty nejlepší pak možnost uplatnit se ve špičce svého oboru u nás i v zahraničí.

► **Když se dostaneme k tématu tohoto čísla – inzerci, jaký kanál pro inzerci se vám nejvíce osvědčil?**

Určitě web a internetový prostor obecně, jehož možnosti chceme dále rozvíjet a užitečně využívat. Aktivní komunikaci vůči našim zaměstnancům a jejich

motivací podporujeme přímé reference. Snažíme se komunikovat několika kanály v celé šířce spektra od možných budoucích techniků až po hotové profíky.

► **Ve vašem oboru je velmi důležité technické vzdělání. Děláte nějaké netradiční aktivity pro to, abyste nalákali třeba rovnou studenty technických oborů?**

Ve vlastních aktivitách myslím nijak výjimeční nejsme, mezi globálními vývojovými firmami najdeme mnoho obdivuhodných aktivit vůči technickým školám. Jsme aktivní na studentských burzách technických vysokých škol, podporujeme odborné vzdělávání či studentské technické týmy, vedeme studentské praxe a diplomové práce u nás, pravidelně pořádáme exkurze v našem zázemí. Povědomí o značce SWELL, vývoji a technice obecně šíříme už nejen na vysokých a středních školách, ale vítáme u nás i žáky regionálních základních škol. A stejně tak jejich pedagogy. Tištěná média s představováním našich vývojářů a jejich práce také neopomíjíme. Pro stávající profesionální vývojáře v automobilovém průmyslu pak pořádáme každoročně v listopadu odborný seminář VVA – výzkum a vývoj v automobilovém průmyslu.

► **Byl jste také šéfem marketingu, takže vám pojem „personální marketing“ asi nebude cizí. Jak moc je dle vás důležité nová místa**

a firmu směrem k potenciálním zaměstnancům propagovat?

Myslím, že předchozí odpovědi můj názor naznačují. Jako klíčové prvky u nás vidím náhled do činnosti našich konkrétních lidí a dobře cílenou, konzistentní a dlouhodobou komunikaci vycházející z poznané esence značky a jasně stanovené komunikační strategie.

► **Co dle vás ve vaší inzerci nejvíce přitahuje nové lidi do vaší firmy?**

Lidé ve firmě, region, pestrost práce či vůně automobilové vývojařiny? Každý má bezpochyby svůj vlastní motiv. ■

Profil Petr Havlík



Studoval nejprve techniku a vývoj, později marketing a management. Když se po deseti letech v lékařské

technice, už v obchodní činnosti, a po rodičovské dovolené rozkoukával, řekl mu jeho spolužák a kamarád o pozici obchodníka ve SWELLu. O oboru automotive tehdy moc nevěděl, ale vrhl se do něho. Dnes je výkonným ředitelem společnosti a je evidentní, jak moc ho to baví. Ve volném čase se věnuje dětem nebo stavbě domu. Má rád sporty a aktivity v přírodě (horolezectví, divokou vodu, námořní jachting atd.) Také mám rád muziku, které se věnuje i aktivně (hra na kytaru, flétny, saxofony).