



Pat Barrentine, urednica stručnog časopisa *Perspectives* u izdanju *World Business Academy* te zbirke eseja *When the Canary Stops Singing: Women's Perspective on Transforming Business* u izdanju kuće Berrett-Koehler. Članica je udruženja *Association of Personal Historians*.

Vrednote novog svjetonazora u staromodnom biznisu

Pat Barrentine

George Zimmer odrastao je u New Yorku a ekonomiju je diplomirao na Sveučilištu Washington u St. Louisu. Odmah po završetku studija zaposlio se u tekstilnoj industriji, u kompaniji *Robert Hall Clothiers* gdje mu je otac bio jedan od menadžera. Nakon kratkog boravka u Hong Kongu kamo se uputio kako bi se upoznao s proizvodnim procesima kompanije, 1973. godine se vratio u SAD i pokrenuo prvi *Men's Wearhouse*, diskontnu prodavaonicu muške odjeće.

Od tada pa do danas Zimmer je postao poznata javna osoba budući da se osobno pojavljivao u televizijskim marketinškim kampanjama tvrtke. Tako je njegova poruka javnosti "Osobno jamčim za kvalitetu" postala više od pukog slogana jer su klijenti shvatili da su Zimmeru *uslužnost, poštenje i integritet* od suštinskog značaja. U prilog tome ide činjenice da kompanija *Men's Wearhouse* kontinuirano radi na stvaranju novih programa sa jedinim ciljem da *potiču djelatnike da se zabavljaju na radnom mjestu*.

Kako to izgleda u praksi? Npr., programi za treninge *Men's Wearhouse* se tako osmišljavaju da uvijek ostaje vremena za sportska natjecanja. "Sportske aktivnosti pozitivno utječu na izgradnju pozitivnog timskog duha" tvrdi Zimmer koji je i sam dobar sportaš. Budući da vjeruje u slogan "u zdravom tijelu zdrav duh" pokrenuo je poseban program pod nazivom *Botany 500* koji putem nagrada potiče djelatnike da brinu o svom osobnom zdravlju i vode zdrav život. Djelatnici se prijavljuju u Odjel za ljudske potencijale kompanije gdje dobivaju posebne tablice za praćenje aktivnosti koje se boduju po utvrđenom pravilniku: dvadeset minutna šetnja donosi 2 boda, kao i četrdeset minutna vožnja bicikla ili pak sat vremena plesa na nekoj od gradskih terasa. Djelatnici samostalno vode evidenciju a kada sakupe 500 bodova na poklon dobivaju odijelo po vlastitom izboru.

Zimmer je veoma aktivan u zajednici u kojoj živi što se uvelike odražava na filantropski sustav *Men's Wearhouse*. Umjesto da samo donira pozamašne novčane iznose omiljenim dobrotvornim društvima, Zimmera ćete često susresti kako poslužuje uzvanike na večerama organiziranim u humanitarne svrhe pod nazivom *Celebrity Waiters* gdje mu se pridružuju

mnoge poznate osobe iz javnog života. "Uživam u tim događanjima. Nastojim ih organizirati što je češće moguće." Sportaši i druge slavne osobe radi se odazivaju na njegov poziv a sav prihod od ulaznica prosljeđuje se lokalnim školama i drugim ustanovama.

Zimmer je posebno osjetljiv na probleme obrazovnog sustava. Jednom prilikom, kada su ga upitali zašto se toliko zalaže za poticanje i pomoć upravo sportu i sportskim društvima, odgovorio je da "...kao društvena zajednice previše usko gledamo na pojam 'edukacije'... Mnogo toga možemo naučiti iz timskih sportova a oni se konstantno nalaze u financijskim problemima. **Prema mojem osobnom mišljenju, ključni problem današnjeg društva ogleda se u nedostatku sinergije - timskog duha - kojeg sport najbolje promiče.**"

Shodno tome, *Men's Wearhouse* svake godine organizira posebnu bejzbol utakmicu sa svrhom prikupljanja sredstava za školske sportske programe. "Kao tvrtka nastojimo, svakoga dana i u svakom pogledu, poticati angažman pojedinaca i drugih tvrtki za boljitak zajednice. Naši djelatnici sami osmišljavaju programe pomoći a mi ih zatim financiramo. Uprava nikada samostalno ne određuje prioritete." Npr., bračni par iz Seattlea - menadžeri područnog ureda - pokrenuli su inicijativu kako bi se sponzorirala atletska udruga siromašnih djevojaka čime su se osigurali dresovi i sredstva za odlazak na takmičenja.

Iako industrija maloprodaje, a posebice diskontne prodaje odjeće, nije baš poznata po lojalnosti djelatnika, *Men's Wearhouse* bilježi jednu od najnižih stopa fluktuacije u cijelom gospodarstvu. Iako su djelatnici plaćeni bolje od konkurencije, Zimmer smatra da im zbog težine posla kojeg obavljaju (prekovremeni rad i rad vikendom) mora osigurati dodatne povlastice pored dobre plaće. Stoga je kompanije pred više od deset godina pokrenula ESOP (*Employee Stock Ownership Program*) kako bi djelatnici i formalno

postali vlasnici tvrtke u kojoj rade što je značajno poboljšalo rezultate poslovanja.

Kompanija *Men's Wearhouse* je, pored svega navedenog, pokrenula i jedan od najnaprednijih programa rehabilitacije djelatnika s problemima alkoholizma i droge. Zimmer smatra kako je "...nevjerojatan osjećaj izoliranosti pojedinca veliki problem današnjih ljudi. Tradicionalno obiteljsko ozračje gotovo da je uništeno. Zajednica i zajedništvo, u klasičnom smislu te riječi gotovo da je uništeno. Zato ljudima moramo osigurati prostor i druge ljude za razgovor. Suština svega navedenog se sastoji u tome da *humanističke vrednote* - načela prema kojima se kompanija ravna u odnosu sa djelatnicima i klijentima - pored toga što su 'dobre' same po sebi poboljšavaju profitabilnost poslovanja. Važno nam je da ljudima pružimo sve ono što im je potrebno kako bi bili cjelovita ljudska bića."

Men's Wearhouse je najbrže rastući lanac prodavaonica muške konfekcije u SAD-u. Zimmer čvrsto vjeruje kako zasluge za takve pozitivne rezultate treba pripisati prije svega snažnoj poduzetničkoj kulturi i poticanju osobnog rasta djelatnika. Velika se pažnja posvećuje osiguranju kvalitetne usluge i proizvoda klijentima. Na kraju nam Zimmer poručuje: **"Garantiram Vam da se vrednote novog svjetonazora mogu uklopiti u svaki 'staromodni' biznis. Ako imate potrebnu dozu hrabrosti i napravite ono što vam srce i intuicija govore – uz to i malo sreće - možete postići golemi poslovni uspjeh i u isto vrijeme promijeniti svijet"**.



Translated and reprinted by permission of World Business Academy, 2005., all rights reserved. This article was originally published under the English title: *New Paradigm Values in an Old-Fashioned Business in Perspectives magazine.*

Uredio: Marko Lučić