

Dokksztorik #4

Csak az nem hibázik, aki nem dolgozik - beszélgetés Balatoni Zsófia pr-szakemberrel, az Uniomedia Communications és a Rothman & Roman csoport alapítója és stratégiai vezetőjével.

Az interjút 2023. júliusában rögzítettem.

INTRO

- Szia Zsófi! Köszönöm, hogy itt vagy, és hogy elfogadtad a meghívást a Megoldokk podcastba.

- Sziasztok! Köszönöm szépen a meghívást!

- Igazából téged, mint az Uniomédia egyik alapítóját ismer a nyilvánosság, és mindenki tudja, hogy a pr-szakmában dolgozol, aki ezen a területen járatos, az mindenképpen a nevedet betéve tudja, ha ezt lehet így fogalmazni. De itt a hallgatók, azok nem szakmabeliek valószínűleg többségében: röviden elmondod, mit jelent most a pr, mit fed le, és egyébként egyáltalán hogyan ejtjük? Mert pont múltkor hallgattam veled egy podcastot, ahol mindketten következetesen pr-nek (péer-nek) mondjátok a pr (piárt), ez hogyan változott meg?

- Őszintén szólva nem tudom, hogy hogy mondják helyesen, ez egy jó kérdés, valószínűleg utána kéne nézni. Ugye nyilván angolul pr-nek (piárnak) mondják, tehát te mondd itt jól, de a magyar köznyelvben szerintem pr-t (péert) szoktunk használni, és ugye pr-esek vagyunk, és pr-t csinálunk. Úgyhogy azt hiszem, hogy mind a kettő jó. Még valamikor 15 évvel ezelőtt az ügynökség indulásakor azzal viccelődtünk, hogy igen, mi pr-ügynökség vagyunk, de abban az értelemben nem, minthogy public relations, hiszen ez a rövidítés ezt akarja eredetileg, hanem people relations. Tehát hogy számunkra mindig az volt az értelmezése ennek a kis betűszónak, hogy az ügyfeleink, az adott cég, vagy márkának, úgy általában az emberekkel való kapcsolatait menedzseljük, ebbe beletartoznak a fogyasztók, beletartoznak a vevők, beletartoznak a munkavállalók, akik ott dolgoznak a cégnél, beletartozhat a kormányzat adott esetben. És az az érdekes, hogy én nagyon régóta, én mindig is marketing és pr területen dolgoztam, amióta elkezdtem dolgozni 1999-ben, azt hiszem, vagy nem is tudom, valahogy így, az volt azt hiszem az első gyakornoki helyem, és azóta minden átalakult, tehát hogy ugye azóta bejöttek a social media csatornák, azóta teljesen másképpen használjuk a médiát, lecsökkentek mondjuk például a nyomtatott újságoknak a példányszámai, tehát hogy így az egész világ fölfordult. Most már itt van az AI, és ezzel párhuzamosan az teljesen megváltozott, hogy miből áll a napunk, és hogy konkrétan miket csinálunk. Az viszont nem változott meg, hogy a cégeknek ugyanúgy ma, mint ezelőtt 25 évvel

arra van szükségük, hogy azok az emberek, akik fontosak számukra valamiért, azok ismerjék őket, azok tudják, hogy ők mit csinálnak, miért csinálnak, hogy a cégek saját maguk tisztában legyenek ők is azzal, hogy mit és miért csinálnak, és föltegyék maguknak azt a nagyon általános, de nagyon fontos kérdést, hogy tulajdonképpen mi az, amit én, mint cég, márka hozzáadok a világhoz, és mi úgy nagyjából ezzel foglalkozunk.

- Ahogy ezt így most feltetted, ez az utolsó kérdés, vagy az jut eszembe, hogy akkor valószínűleg nem minden cég foglalkozik pr-ral. Hogyha elindul egy vállalkozás, akkor az, hogy marketingje van, az adott, és nyilván most az, hogy milyen célközönségnek dolgozik, az behatárolja talán azt, hogy mikor jön elő ez a pr-kérdés, de gondolom te azt javaslod, hogy ez már az elején legyen ott, legalább gondolatban, ha még esetleg büdzsében nem is jelenik meg.

- Abszolút! És ez egyébként ez egy nagyon praktikus és egyszerű szempontból fontos. Hogyha egy cég nem tudja, hogy ő mit akar, mi az a hozzáadott érték a terméken túl, vagy hogy a termék az mit tesz jobba, akkor tulajdonképpen nem fog tudni másról beszélni, csak az áráról. Tehát egy idő után, hogyha nincsen valamilyen mélyebb gondolatiság, bármilyen termék vagy márka mögött, akkor az egész ilyen marketing diskurzus az előbb-utóbb az arra fog terelődni, és az meg senkinek nem jó üzleti szempontból sem. Úgyhogy ez egy nagyon pragmatikus és nagyon leegyszerűsített gondolat, de azt gondolom, hogy a nap végén a tiszta üzleti logika is azt mondja, hogy muszáj föltenni ezeket a kérdéseket. Egyébként ugye a klasszikus példa, amit mindig mondani szoktak erre, az ugye a techgurunak a példája, az Elon Musk. Ő világeletemben a környezetvédelem tematikájáról beszélt, és az energiafelhasználásnak a csökkentéséről, tehát nem az autójáról beszél, általánosságban vissza lehet nézni a neten az összes interjút, amit valaha adott, onnantól fogva, hogy ő tudatosan kezdett kommunikálni, ő mindig a nagy képről beszélt és mindig arról beszélt, hogy hogyan változtatja meg a Tesla a világot, és hogyan teszi jobba.

- És téged ez a gondolat vonzott erre a területre? Mondjuk 20-25 évvel ezelőtt? Te akkor ne tudtad, hogy ez ott van, vagy hogyan kerültél ide?

- Igen, hát ez egy nagyon magas labda lenne azt mondani, hogy igen, én mindig is ezt akartam csinálni, hát a valóság ezzel szemben sokkal prózaibb. Az én diplomám az vállalati pénzügyek specializáció volt, az egyik, a másik pedig szakdiplomácia. Úgyhogy semmi köze nem volt se a marketinghez, se a pr-hez, teljesen véletlen, hogy itt kötöttem ki, mikor a főiskola elvégzése után gyakornoki helyet kerestem, akkor elmentem egy csomó helyre interjúzni, és igazából teljesen véletlenszerűen egy olyan nagyvállalatnál kötöttem ki, ahol bekerültem a marketing-tréningprogramba, és onnan kezdődött el a fejlődés. Ott

egyébként magam egy pár év alatt rájöttem arra, hogy bár a marketing az egy szuper izgalmas dolog, de a pr az valahogy közelebb áll hozzám, tehát a pr-nek a gondolkodása az jobban feküdt, és ott már nagyon hamar elkezdtem foglalkozni vállalati felelősségvállalással, tehát onnan már azért elindult tényleg ez a gondolkodás benne.

- És ha még visszább megyünk, amikor egyetemet választottál, akkor ott mennyire volt tudatos, vagy mennyire odasodort az élet?

- Odasodort az élet. Nem tudom, hogy mennyi tanulsága, bárki, aki hallgatja ezt a beszélgetést, és nagyon sok tanulságot, abból nem fog tudni leszűrni, mert az a helyzet, hogy én egy francia kéttannyelvű gimnáziumba jártam, és én olyan helyre akartam továbbmenni, ahol tudok franciául tanulni, az egy ilyen volt az országban. A Külkereskedelmi Főiskolának volt egy francia nyelvű dupladiplomás képzése, úgyhogy én oda jelentkeztem, és azért mentem oda, hogy tudjak továbbra is franciául tanulni.

- Emlékszel-e akkor még, hogy mi az, ami így a pályán tartott?

- Én eleve egy ilyen tanulósbab voltam így mindig, tehát ilyen jó tanulók, meg ilyesmi. Tanulás, a munka az nekem nagyon szerves része az életemnek. Én ezt egyszerűen szeretem. Tehát én szeretek tanulni, szeretek dolgozni. Én szeretem, hogyha valami izgalmas, intellektuálisan kihívást jelentő dologgal foglalkozhatok, és ilyen volt a tanulás, és én nekem a kommunikációnak a területe is egy ilyen. Itt nincsen két olyan ügyfél vagy eset, ami hasonló lenne. Mindenben kell kreativitás. Azt gondolom, hogyha nem ezzel foglalkoznék, akkor lehet, hogy nem is tudom, talán jogász lennék, vagy valami ilyesmi. Az volt a másik terület egyébként, amivel úgy gondolkoztam, de nekem mindenképpen ez a problémamegoldás és valamilyen izgalomban tartó dolog az, amit élvezek a munkámban.

- Ez egyébként egy otthoni hagyomány volt? Tehát, hogy így nőttél föl, hogy volt egy ilyen megközelítés a családban, hogy a dolgokat megoldjuk, vagy a tanulás az előrébb visz?

- Nagyon-nagyon jókat kérdezel. Tényleg nagyon jókat kérdezel, mert igen. Tehát amikor csak vissza tudok emlékezni gyerekkoromban, az anyukám is például állandóan tanult, tehát ő is ilyen másod-harmaddiplomákat csinált, emlékszem, hogy volt olyan gyerekkoromban, hogy amikor este lefeküdtem, akkor ott ült az ebédlőasztalnál az anyukám, és készült valami vizsgájára, akkor éppen azt hiszem a Közgazra járt. Reggel, amikor fölkeltem, akkor még mindig ott ült, és még mindig tanult. Tehát, hogy nálunk valóban volt egy ilyen. Sőt mindketten, apukám is, meg anyukám is mérnökök, nagyon sokat tanultak,

apukám anno is már külföldre is járt egyetemre, tehát, hogy mindig volt valóban egy ilyen tanuló, és ugyanakkor egy ilyen, talán innovatív megközelítés is a családban. A szüleim is olyan területekkel foglalkoztak, amiben sokszor elsők voltak, vagy az elsők között voltak, kitaláltak új szakterületeket, cégeket.

- És a vállalkozásalapítás is benne volt a családban? Elég hamar saját ügynökséget alapítottatok, ami akár mondhatni újításnak is ezen a területen. Ott mi volt a motiváció?

- Valóban benne van, hogy apukámnak is voltak saját vállalkozásai, illetve anyukám is a cégnél dolgozott, de ott is olyan új területeket indított be, amiket előtte más nem csinált, tehát ezt így szokás mondani, hogy otthonról biztos, hogy ezt hoztam. A mi történetünk úgy áll össze, hogy mi ketten a férjemmel alapítottuk az Uniómédiát 2007-ben, és akkor mi már házasok voltunk, és az ő háttere az újságírás. Tehát ő újságíró, szerkesztő, rovatvezető-helyettes volt előtte tíz évig. Én pedig ugye vállalati oldalon dolgoztam. Hát ugye akkor nagyon fiatalok voltunk még, tehát hogy talán megbocsájtható, hogy egy kicsit ilyen fellengzősen álltunk ehhez hozzá, de akkor mi azt mondtuk, hogy mi meg fogjuk csinálni Magyarország legjobb pr-ügynökségét, merthogy az volt a tapasztalatunk nekem a vállalati oldalról, a férjemnek meg a média oldaláról, hogy itt még ugyan voltak már akkor is nagyon jó pr-ügynökségek, de hogy lehet még ezt talán egy szinten feljebb emelni. Ez a klasszikus történet, tehát tényleg a konyhaasztalnál kezdtük el a történetünk elején, a cégnek a logóját én terveztem meg a Paint program segítségével, tehát ez az ilyen nagyon klasszikus.

- És szerinted az fontos volt, hogy azt ott nagyon hamar megfogalmaztátok, hogy Magyarország legjobb pr-ügynöksége szeretnétek lenni? Szóval, hogy egy ilyen vállalkozásalapításnál az, hogy te milyen célt tűzöl ki, mi lebeg ott, akár nagyon messze, de mégis a szemed előtt, az mennyire befolyásolja a jövőt is, meg a mindennapokat?

- Nem egy ilyen üzleti szempontból fogalmaztuk meg, ez pusztán minőségi. Tehát, hogy a férjemnek annak idején újságírói oldalról voltak olyan élményei, hogy ő gazdasági oldalon dolgozott, de mondjuk egy pr-es fölhívta valamilyen kulturális témával például, és megtörtént egyszer-kétszer-háromszor ugyanannál az embernél, szóval akkor még azért a pr-szakma viszonylag fiatal volt Magyarországon, és nyilván voltak ilyen kezdeti hibák. Sokkal inkább onnan jöttünk, hogy ezt lehet magasabb minőségben csinálni. Az tényleg álmunkban eszünkbe nem jutott, hogy nem is gondolkoztunk rajta, hogy mi mekkorák lennénk, vagy lehetnénk, nekünk az volt így a fejünkben, hogy szeretnénk annyi pénzt keresni, hogy meg tudjunk élni, ki tudjuk fizetni a gyerekeinknek, majd a nem tudom, különórákat, tudjanak járni balettre, vagy angolórára, tehát hogy

ilyen üzleti szempontból teljesen hétköznapi és prózai céljaink voltak. De a minőség az, hogy valami olyat csináljunk, ami akár nemzetközi szinten is elismert és magas minőségű, az valóban bennünk volt a kezdetektől, igen. És ez szerintem fontos is.

- Átjön rólad ez a teljes élet: hogy egyszerre vagy a munkában is jelen, és van egy családot is, ahol szintén meg tudod élni a szerepeket. Azon gondolkodtam, hogy az, hogy tudod ezeket jól váltogatni, abban mennyire van szerepe annak, hogy ez a vállalkozás a férjeddal közös. Mármint úgy értem, hogy ezért jól ráláttok egymás kötelezettségeire, egymás igényeire, és hogy kvázi nem kell arról egyezkedni, hogy most melyikünk karrierjét vagy melyikünk családi életét hagyjuk kiteljesedni. Te így receptre írnád föl, hogy embereket csináljanak férjükkel, feleségükkel vállalkozást, mert itt is ott is működhet az élet viszonylagos kiegyensúlyozottsággal?

- Rövid válaszom az, hogy igen. Nagyon-nagyon sokan kérdezik tőlem, hogy ja, vagy tőlünk, hogy jaj, hát úristen, házaspár, hogy tudtok ti együtt dolgozni? És ez egy tök releváns kérdés. Napi szinten egyébként nem sokat dolgozunk együtt, tehát alapvetően különböző meetingeken vagyunk mind a ketten ugyanazért a cél érdekében. Én nekem a fő szempontom, amikor elindítottuk az Uniomédiát, az pont ez volt, tehát a család miatt. Én multiból jöttem, ott voltak olyanok, hogy el kellett utazni két hétre valamilyen tréningre, tehát nagyon sokat kellett utazni, ide-oda járni, és én ezt kisgyerekekkel teljesen lehetetlennek éreztem. Nekem akkor nagyon picik voltak a nagyobb gyerekeim, és emlékszem az első gyerekem megszületése után, amikor visszamentem dolgozni, és az első ilyen ottalvós vállalati, nem tudom, csapatépítésre, vagy valamire mentem, mert én egész éjszaka nem bírtam aludni, és folyamatosan csak a férjemet hívtam, hogy hát én ezt nem bírom, én ezt nem tudom csinálni és kész. Úgyhogy valójában ez volt a főmozgató rugó azóta is, és azt, ahogyan én ezt tudom csinálni, azt nem lehetne én szerintem. Én nagyon tisztelettel nézek azokra a nőkre, akik egy nagyvállalatnál töltenek be vezető pozíciót, és hát nagyon sokan vannak, és mellette egy boldog családot is tudnak valahogy navigálni, mert én azt nem tudtam volna. Számomra az a döntés, meg ugye minden dolgozó nő számára vannak olyan helyzetek, amikor egyszerre van az óvodai anyák napi ünnepség, meg egy fontos munkahelyi feladat. És akkor el kell dönteni, hogy az ember mit csinál. Egy nagyvállalatban szerintem nagyon nehéz meghozni ezt a döntést. Énnekem egy saját vállalkozás esetében igazából rajtam múlik. Tehát, hogy én dönthetek úgy, hogy most ebben az esetben akkor nem lesz ez az ügyfél, mert nekem az anyák napi ünnepség fontosabb, és ez egy nagyon nagy szabadságot ad valóban. Egyébként hála a jóistennek, nagy szerencsém volt, mert valójában én konkrétan egy ilyen döntéssel szerintem sosem szembesültem, de hát ez csak a nem tudom, jó a sorsnak a kegyelméből, mert ez bármikor nyilván megtörténhetne, de olyan nagyon nagy ilyen döntésre nem is emlékszem.

- És mire emlékszel? Mi volt az, ami azért kicsit fáj, vagy úgy érezted, hogy na itt jó lenne, hogyha egy tündér jönne, és akkor most megmondaná, hogy melyik lesz hosszú távon a jó döntés?

- Ez egy érdekes kérdés, mert én valahogy dönteni azt viszonylag gyorsan tudok, megszoktam. Alapvetően én ilyen gyors, elég türelmetlen vagyok, és nem tudom, úgy azért érzésből is sokszor. Nyilván igyekszem átgondolni, amennyire lehet. És szerencse, hogy mellettem van a férjem, aki viszont egy nagyon megfontolt ember, úgyhogy amikor valami nagy hülyeséget csinálnék, akkor azért ő ezt tudja helyre tudja rántani. Tehát, hogy pont a döntésekkel nem tudok emlékezni olyanra, ahol úgy nagyon nehéz lett volna. Hát ami szerintem egy érdekes gondolat, amiről sokat lehet olvasni mostanában, ez ugye a kudarcnak a kérdése. Tehát, hogy most akkor sikerül, nem sikerül, mi sikerül. De mostanában már egyre többet lehet hallani arról, hogy kudarc, az nem kudarc, és én ebben nagyon hiszek. Tehát, hogy szerintem az ember hibákat, azt gyakorlatilag állandóan csinál. Én is és mindenki, és ez a normális. Egyszer volt nagyon régen egy főnököm, aki az első munkahelyemen, összetörtem a vállalati kocsi véletlenül, mert belementem valamibe, és teljesen kétségbe voltam esve, és akkor azt mondta, Sankónak hívták, azt mondta nekem Sankó, hogy hát ezen ne aggódjál, csak az nem hibázik, aki nem dolgozik. Te dolgoztál, semmi probléma nincsen. Nekem ez annyira mélyen megérintett akkor, mert tényleg nagyon odavoltam, és ezt így gondolom, tehát hogy kell hibázni, lehet hibázni, semmi baj, megyünk tovább.

- És az ismétlődő hibákkal milyen kapcsolatot ápolasz?

- Itt az intenció a fontos. Tehát hogyha egy kollégákkal is, vagy bármilyen szituációban, tehát hogyha valaki valamit azért ront el, mert rosszat akar, vagy mert nem érdekli, az baj, de akkor viszont nem a hiba a fő probléma, hanem az attitűd. Hogyha valakinek jó az attitűdje, és hogyha sokadszorra csinálja meg esetleg ugyanazt a hibát, akkor nyilván ott még van munka, akkor azt meg kell oldani, akkor azon dolgozni kezd. Tudom, hogy ez egy nagyon amerikai filmes hülyeségnek hangzik, de pedig így van. Tehát hogy az ember szépen, kis lépésekben tud szépen fejlődni. Ez olyan, mint a sport, ez olyan, mint a bármi. A nyelvtanulás, hogy egyre jobb lesz. És az ember, amikor elkezd egy nyelvet tanulni, akkor nyilván csinál egy csomó hibát, meg mond rossz mondatokat, néha sokszor mond rossz mondatokat, de hogyha konzekvensen igyekszik, akkor előbb-utóbb meg fogja tanulni a nyelvet.

- Mondtad azt, hogy gyorsan tudsz döntéseket hozni, azt mi előzi meg?

- A döntéseknél ugye az alapvető kérdés az ugye a kockázat és a haszonnak a mérlegelése. Én alapvetően egy kockázatkerülő típus vagyok, tehát ahol már túl

nagynak érzem a kockázatot, akkor inkább azt mondom, hogy nem, tök mindegy, hogy mekkora lenne a haszon. Tehát, hogy ez az, ami figyelmet érdemel, meg amivel kell egy kis időt tölteni. Tehát, hogy azt valahogy rá is belőni, hogy mekkora kockázatot vállalok. Hogyha a kockázat vállalható, nem olyan túl nagy, akkor miért ne? Legfeljebb nem sikerül. Hogyha a kockázat nagy, akkor viszont érdemes óvatosnak lenni, mert nyilván senki nem akarja az egészségét, a pénzét, a cégét, tehát ilyeneket nem kockáztatunk.

- Akkor ezt te tudod magadról, például te egy kockázatkerülő ember vagy. Te jól látod, hogy ez már red zone, és akkor máshogy kell azt megközelíteni. Mondjuk az elmúlt 20 év alatt, mióta így aktív vagy, azóta ez változott, és hogyha változott, minek hatására?

- Én azt gondolom, hogy azzal, hogyha az embernek családja lesz, akkor az nagyon sok mindent megváltoztat. Tehát, hogy én is sokkal vakmerőbb voltam korábban, de nyilván abban a pillanatban, amikor az embernek már van felelőssége másokért, akkor sokkal óvatosabb lesz. És hát én azt gondolom, hogy alkatilag is egyébként azért inkább kockázatkerülő vagyok, és jobban szeretem a biztos stabilitást, tehát én nem tartom magamat ilyen különösebben nagyravágyónak, tehát hogy nekem nincsenek ilyen világrengető céljaim, viszont nagyon nagyra értékelem azt, hogy ha biztonságban tudhatom saját magamat és a szeretteimet. És azt hiszem, hogy engem alapvetően ez vezérel, úgy körülbelül mindenben, igen.

- Azt gondolnám, hogy az, hogy terjeszkedtetek, először Európán belül, most meg már Ázsiában is, az nem azt juttatja eszembe, hogy neked így elég a biztonság, ez így megvan, ez így működik, hanem ez valami másik tulajdonság. És hogyha azt mondod, hogy nem is vagy nagyravágyó, tehát nem akarsz, hogy neveddel majd híres díjakat alapítsanak, akkor ott mi volt a döntés előtt, hogy akkor miért lépünk egyet?

- Én szerintem, ami most itt a hiányzó puzzle darab, az az intellektuális kíváncsiság. Én viszont iszonyatosan kíváncsi vagyok, és nagyon-nagyon szomjazom az intellektuálisan új élményeket, tehát hogy nem bungee jumpingolok, félre ne érts, de hogy minden, ami elgondolkodtat, ami valami új és szakmailag is, tehát ami valami érdekesség, ahol tudok én is tanulni, vagy megismerni azt, hogy mások hogyan dolgoznak, hát az nekem egy nagyon nagy vonzerő. És azt gondolom, hogy a terjeszkedés pont egy olyan dolog volt, ami nyilván befektetést igényel, de a rizikója, azt gondolom, hogy talán egy ilyen keretek között van, és hát nagyon nagy élmény. Tehát minden új piac, új ország az, hogy hogyan működik, én ezeket borzasztóan élvezem, tehát nagyon szeretek utazni, és nagyon szeretek megismerni új dolgokat, együtt dolgozni új emberekkel, akiknek más a hátterük, akár más kultúrából jönnek.

- Szoktál elbizonytalanodni?

- Persze, hát nyilván állandóan. Most így lenne jó. Annyira nem szeretem a bizonytalanságot, és annyira, hogy akkor inkább azt mondom, hogy jó, menjünk, csináljuk, nem tudom. A bizonytalansággal az a baj, hogy ez olyan idegesítő. Akkor az ember úgy tépelődik, hogy akkor most. És ezt nem lehet sokáig bírni. Ha jól mondjam, amikor én döntök, én sose tudom, hogy ez most tényleg egy jó döntés, vagy nem. Tehát, hogyha nem úgy döntök, hogy én meg vagyok róla győződve, hogy ez a legjobb, amit csinálni lehet, hanem egyszerűen döntök, mert szeretnék továbbmenni. Én inkább vállalom annak a kockázatát, hogy valami nem fog sikerülni esetleg, és hogyha ez nem fogja romba dönteni az életünket, akkor belefér, hogy valami ne sikerüljön. Hát miért ne? Inkább csináljuk. Nagyon csinálós vagyok.

- Szingapúrba is egy ügyfél miatt kerültetek ki, vagy azt ti választottátok?

- Azt mi választottuk, régóta motoszkált bennünk Ázsia, hiszen Ázsia az a része a világnak ma, ami borzasztóan fejlődik. Azt hiszem, talán Vietnám lehet az az ország, ahol a legnagyobb a gazdasági, elmúlt évben a legnagyobb volt a gazdasági növekedés. Tehát ez egy nagyon dinamikus, nagyon fejlődő világ, és emellett állati érdekes. Turistaként jártunk Szingapúrban már korábban, és nagyon játszadoztunk a gondolattal. Szingapúrról azt érdemes tudni, hogy az a régiónak a központi hámja, tehát hogy ott vannak a cégeknek is a regionális központjai. Angol az egyik hivatalos nyelv. Tehát mindenképpen egy ilyen nagyon vállalkozás, baráti, külföldi vállalkozások számára is nagyon baráti hely. És akkor igazából a covid alatt jött el az az idő, amikor mindenki elkezdett online dolgozni, és láttuk, hogy ez működik. A covid első évében Szlovéniában éltünk, tehát ugyanúgy nem voltunk már Magyarországon, pont olyan az időeltolódás Szingapúrral, hogy ami Magyarországon reggel kilenc, az ott délután három, tehát valójában a nap második felében még az európai, vagy a magyarországi meetingekben is részt lehet venni online. Úgyhogy ez egy ilyen nagyon kellemes, szerencsés setup. Úgyhogy így gondoltuk azt, hogy 2021 elején költöztünk ki Szingapúrba.

- Így összességében akkor, hogy néz ki a ti életetek ott kint, mennyire más, mint hogyha itt élnétek és itt járnának a gyerekek iskolába menni ebbe az irodába.

- A gyerekeknél ugye az a helyzet, hogy a legidősebb lányunk, ő nem él már velünk, mert ő már elég nagy hozzá. A középső és a legkisebbik gyerekünk van velünk Szingapúrban, és igen, ott járnak iskolába, ők szerencsére jól be tudtak ott illeszkedni. Nagyon sok a külföldi Szingapúrban, tehát valahogy az egész

rendszer így elég jól tudja kezelni, nem csak az iskolarendszer feltétlenül, hanem úgy általában az élet az olyan jól kitalált folyamatok mentén működik, amiben hozzá vannak szokva ahhoz, hogy a külföldiek azok jönnek-mennek Szingapúrban. A legnagyobb változás az az, hogy a nagyszülők nincsenek velünk, azért a mi életünkben ők meghatározóak voltak itthon. Nagyon sokat segítettek mindig a gyerekekkel kapcsolatban, meg hát egy elég ilyen szoros család vagyunk. Úgyhogy mindennap beszélünk FaceTime-on, vagy valamilyen videós felületen a testvéremmel is, tehát igyekszünk azért a kapcsolatot tartani. De hát egyébként ugyanúgy élünk egy lakásban, bejárunk az irodába, találkozunk a kollégákkal, ügyfelekkel. A legnagyobb változás a hétköznapi életben az volt, hogy a telefonomnak a nyitó képernyőjéről az időjárás applikációt hátrébb tettem, merthogy Szingapúrban minden nap ugyanolyan az idő. Úgyhogy reggel nem kell azzal foglalkozni, hogy most akkor pontosan hány fok lesz, esik el, mit tudom én, mit vegyek föl, merthogy minden nap pont ugyanolyan, mindig nagyon meleg van, minden nap fog egyszer esni az eső úgy általában, mert nem kell túl sokat gondolkodni azon, hogy az ember milyen ruhát vegyen föl.

- Amiért eszembe jutott, hogy te tök jó lennél ide, azt írtam is neked, hogy a LinkedInen, ahogy elkezdted posztolni. Picit személyesebb dolgokról, kicsit személyesebb megélésekről. Néztam a profilodat, és akkor láttam, hogy idén szereztél még egy diplomát a King's College-on, ott mit tanultál, és mit tudtak még hozzáadni az eddigiekhez? Erről mesélsz egy picit, hogy a hol tartasz ebben a rögzítésben? Írtad, hogy a naplórás az egy kicsit kitisztítja a gondolatokat. Ez olyan, mintha egy újabb ilyen állomása lenne az életednek, hogy erre is így figyelsz.

- Annyi élmény ért az elmúlt időszakban, hogy elkezdtem ezeket úgy leírogatni, és aztán arra gondoltam, hogy hát tulajdonképpen ezeket akár lehet, hogy meg is oszthatnám. Aztán most egyébként meg én egy kicsit leálltam vele, mert hogy most megint nagyon intenzív, lehet, hogy egyszerűen nem érek rá ezeket leírni. A King's College-ot még nem fejeztem be, tehát az még folyamatban van. Ott egy Masterst csinálók, Global Cultures az a címe, és pont ezért, mert olyan sok új kultúrával szembesültem mostanában, hogy az nagyon segít nekem, hogy ezt az egészet struktúrába tudjam valahogy rendezni a fejemben. Tehát ez a világ értelmezése, ez biztos, hogy egy olyan dolog, ami talán egy kicsit most új nekem, de hát lehet, hogy ez az életkor is, tudod, hát már az ember eljut egy olyan stádiumba, amikor már elkezd jobban gondolkodni.

- Az elején ugye mesélted, hogy a konyhaasztalnál most már megvolt a fejetekben, hogy a legjobb PR ügynökség legyetek. Azt hiszem, elmondhatjuk, hogy ezt így elértétek, akár azt mondjuk, hogy másokkal

együtt, de ti is ott vagytok a topban. Most van a fejedben egy ilyen terv vagy egy cél?

- Hát, hogy a legjobbnak lenni az mindig csak egy pillanatnyi élmény, tehát a legjobb egy adott időpillanatban tud lenni az ember, úgyhogy az biztos, hogy ez nem egy olyan dolog, amit valaha el lehet érni, ezt folyamatosan csinálni kell, és tartani kell, és a legjobbnak kell lenni. Nekem, ami most nagyon foglalkoztat, az az oktatás, és azt látom, hogy a szakmán belül nagyon megváltozott az, hogy a fiatalok milyen felkészültséggel érkeznek a munkahelyükre, akár első munkahelyekre, és az a tapasztalat, ami itt nálunk fölhalmozódott, ugye 16 éves a cég idén, az tök meglepő. Tehát, hogy én most inkább annak keresem a módszerét, hogy ezt hogyan tudjuk átadni, tehát próbálunk erre kifejleszteni valami olyan keretrendszert, amivel ez megoszthatóvá válik. Sokszor egyébként én is azt gondolom, hogy jó, hát én nem tudok semmiféle különleges dolgot, hát csinálom a munkámat, de vannak olyan beszélgetések, amikor valaki föltesz egy szakmai kérdést, és akkor elkezdem mondani, hogy én akkor arról mit gondolok, és akkor kiderül, hogy ez számára hasznos. Ez gondolkodtatott el igazából engem, hogy akkor lehet, hogy tényleg van itt egy olyan tudásbázis nálunk házon belül, amit érdemes struktúrába rendezni és érdemes valahogy megosztani minél több emberrel, úgyhogy most ez az a projekt, ami engem a leginkább foglalkoztat.

- Még egy ilyen záró kérdés, hogy ezek a kulturális különbségek, meg amiről akkor most tanulsz is, hogy ez ott kint Szingapúrban például egy ilyen csapatmunkában megjelenik? Mi az, ami nektek ott kihívás, vagy akár azt mondod, hogy tök jó?

- Ez egy remek kérdés, és ez szerintem egy külön beszélgetést megérdemelne, de nagyon röviden megpróbálom összefoglalni. Abszolút vannak kulturális különbségek, a kollégáim szingapúriak, különböző etnikumú szingapúriak, és az ügyfeleim is szingapúriak alapvetően. Talán a legnagyobb különbség, amit szingapúri mentalitásra nézve pozitív, az az, hogy iszonyatosan strukturáltak, tehát mindennek megvan a folyamata, tehát olyan, hogyha van egy kérés, akkor kinyit egy fiókot, és akkor így szoktuk csinálni, és akkor így meg tudja csinálni az illető. Ez biztos, hogy egy olyan dolog, amiből mi nagyon sokat tudunk tanulni itt Magyarországon, mert mi állandóan újra feltaláljuk a spanyolviaszt minden egyes alkalommal, amire nem feltétlenül van mindig szükség. Viszont ugyanennek az érmének a másik oldala az az, hogy a magyar csapat százszor kreatívabb és innovatívabb, mint az szingapúri csapat, és egyébként úgy is dolgozunk, hogy az itthoni kollégák, azok bedolgoznak a szingapúriaknak, tehát a szingapúriak, ők inkább az üzletfejlesztéssel, ügyfélkapcsolattal foglalkoznak, ők mind senior kollégák, és az itthoni gyártási bázis készíti el számukra akár még a stratégiákat is, tehát a stratégiákat, grafikai anyagokat, videós anyagokat,

szövegeket. Egyébként ez egy fantasztikus érzés, amikor magyar kollégáknak a munkája jelenik meg Malajziában, Szingapúrban vagy Indonéziában. Egy óriásplakáton, vagy egy akárhol. Igen. Magyarországon a kommunikációs szakmai színvonal, tehát az, amit mi tudunk hozni, és hát szerintem minden más ügynökség is az abszolút világszínvonalú.