

Vedno moramo delovati kot ekipa, ki ve, kaj hoče doseči

Po več kot dvajsetih letih dela v različnih tehničnih dejavnostih, povezanih z avtomobilsko industrijo in z bogatimi življenjskimi izkušnjami, se je vodstvu Bartoga v začetku leta 2021 pridružil Sašo Šimec. Najprej je skrbel za operativne posle na področju logistike in maloprodaje, od julija do decembra 2021 je bil glavni operativni direktor, od 1. januarja letos pa je v vlogi glavnega izvršnega direktorja.

»P o izobrazbi sem strojnik, poleg tega sem zaključil MBA študij, v bližnji prihodnosti pa se spogledujem tudi z DBA študijem. Sicer pa sem zaprisežen Belokranjec. Prihajam s skrajnega juga Slovenije, natančneje iz Črnomlja,« o sebi na kratko pove Sašo Šimec, sicer ponosni očka 5-letnice. Kot pravi sam, skupaj odkrivajo radosti odrasčanja in predvsem spoznavajo nove stvari. Marsičesa pa se je sam naučil v dolgoletni uspešni karieri v različnih podjetjih, pogosto tudi izven meja naše države. Med drugim je služboval v Nemčiji, na Slovaškem, Češkem in tudi na Kitajskem. Dnevne migracije iz domačega Črnomlja do pisarne v Mirni Peči oziroma še kam dlje so tako zanj nekaj povsem običajnega, prav zaradi narave svojega dela pa še kako dobro ve, kako pomembni so varnost na poti, udobje v avtomobilu ter vlaganje v znanje in razvoj.

Bartog info: Sašo, kaj bi morda na začetku izpostavili o svoji karieri poti pred prihodom v Bartog?

Ko se pogovarjam s sodelavci v podjetju, marsikoga preseneti podatek, da sem se v nekdanjo službo vozil skoraj deset let 120 kilometrov v eno smer. Zame so dnevne migracije čisto običajna stvar. Poleg tega sem vajen potovanja tudi iz svoje preteklosti, saj sem delal v različnih državah, kjer sem potoval še bistveno več. 15 let sem preživel v mednarodnem koncernu Danfoss, na kar sem še posebej ponosen. S podjetjem sem rasel in se tudi profesionalno razvijal. Moji začetki segajo v proizvodnjo, kjer sem opravljal dela za tekočim trakom in



Bartog je podjetje v tranziciji - iz družinsko vodenega podjetja v profesionalno vodenno podjetje, ki je del skupine.

kasneje s strojem, vendar me je želja po osebnem razvoju in napredku gnala naprej. Tako sem postopoma, skozi leta napredoval in bil med drugim odgovoren za proizvodnjo s 1300 zaposlenimi ter kasneje tudi za podjetje na Slovaškem. Po 15 letih me je zamikalo, da bi v življenju poskusil tudi kaj drugega. Dve leti sem delal v avtomobilskem sektorju, kar mi je dalo čisto drugo dimenzijo razumevanja poslovnega sveta, delno verjetno tudi zaradi ameriškega lastništva podjetja. Leta 2013 sem se pridružil Iskratel, kjer sem prvih nekaj let delal kot direktor proizvodnje in tehnologije, kasneje pa postal član uprave in direktor poslovne enote EMS. Leta 2021 pa sem sprejel nov izziv in postal del Bartoga. Želja in motivacije mi

v življenju ni nikoli manjkalo tako na službenem kot tudi na osebnem področju. Kot sem omenil, sem imel v dosedanjih 25 letih možnost sodelovati z veliko izjemnimi ljudmi, ki so nesebično delili svoje izkušnje in mi dajali energijo za nove izzive. Veliko takšnih ljudi imamo tudi v Bartogu – in to je ena izmed stvari, ki jo velja negovati v prihodnje.

Katere so glavne razlike med korporacijami, v katerih ste delali, in Bartogom?

Vsako podjetje je zgodba zase in ima svoje posebnosti, zato je težko primerjati. Ena izmed ključnih razlik je predvsem v načinu vodenja podjetja. Bartog je podjetje v tranziciji – iz družinsko vodenega podjetja v

profesionalno vodenno podjetje, ki je del skupine. Le-to prinaša tudi prilagoditve procesov, ki morajo biti na ravni skupine usklajeni, saj lahko le tako delujejo učinkovito in uspešno. Zavedati se moramo, da za procesi stojijo zaposleni, ki morajo v prvi vrsti te spremembe razumeti in jih tudi sprejeti. Zato je vključenost naših sodelavcev v sooblikovanje prihodnjih procesov ključno. V skupini, iz katere sem prišel v Bartog, je bilo več kot 30 različnih podjetij. Vsako izmed njih je imelo svojo kulturo, sledili pa smo enakim ciljem. Usklajeno delovanje je ključ do uspeha.

Kaj bistvenega je doslej, v dobrem letu in pol, prinesel prevzem Bartoga, tako za Tokić kot za Bartog? Kateri so največji sinergijski učinki prevzema?

S pridružitvijo smo kot skupina še večji in imamo boljše pogajalsko izhodišče pri nabavi, pa tudi veliko več možnosti in priložnosti, kar se tiče sinergij pri stroških, v dobavni verigi, izmenjavi izkušenj in znanj znotraj skupine, modernizaciji procesov ... Predvsem se prednosti poznajo pri širini asortimana, novih programih, kot so na primer orodja in servisna oprema, industrijski segment, polnilnice za električna vozila in še več. Ko pogledamo z vidika ponudbe izdelkov, je bil Bartog v preteklosti poznan kot vodilni ponudnik avtomobilskih pnevmatik v Sloveniji, Tokić pa se je razvijal kot vodilni ponudnik avtomobilskih delov na Hrvaškem. Imeli smo veliko presekov na trgih, kar pomeni velik sinergijski potencial. Tokiću se je tako odprl dodatni trg za avtomobilске dele v Sloveniji, Bartogu pa trg pnevmatik na Hrvaškem. Sinergije skušamo čim bolj utilizirati in podjetje tudi naprej razvijati ter integrirati vse tisto, kar je dobro tako na eni

kot na drugi strani. Imamo dobre prakse na obeh straneh, tako na Tokićevi kot Bartogovi. V končni fazi tudi kar nekaj kolegov s Hrvaške dela v Sloveniji in obratno. Kar je pa pomembno poudariti, je, da znotraj skupine ohranjamo svojo identiteto. Torej ostajamo Bartog, kar je pomembno, ker je to na slovenskem trgu prepoznavna znamka. To je pomembno tako zaradi odnosa do dobaviteljev kot v končni fazi tudi do kupcev, kajti gre za dolgoletne vezi, ki se ne pretrgajo tako zlahka. Glede poslovanja pa – leto 2020 je bilo odlično, tudi na podlagi sinergijskih učinkov so nam prihodki zrastle za eno petino na 67 milijonov evrov letno. Kajti predvsem glede na splošno situacijo na trgu je to odlično, v veliki meri tudi zaradi dobrega sodelovanja obeh strani. Lep primer tega je tudi razvoj kulture znotraj podjetja – večina hrvaških kolegov se uči slovenski jezik. Pa to ni bila zahteva. Potreba po integraciji in sodelovanju je hrvaške kolege pripeljala do spoznanja, da želijo sami narediti korak naprej. Pa ne zgolj zaradi sodelovanja z zaposlenimi znotraj podjetja, ampak tudi zaradi sodelovanja z lokalno skupnostjo, torej Mirno Pečo, kjer gojimo izredno dobre odnose. V delovanje lokalne skupnosti pa se vključujemo tudi tam, kjer smo prisotni z našimi poslovalnicami. Ponosni smo, da se sedež Bartoga nahaja v industrijski coni v Mirni Peči, ki je vzor industrijskim conam v Sloveniji.

V kateri fazi razvoja in integracije v Skupino Tokić je danes Bartog in kaj bi v zvezi s tem sporočili zaposlenim?

Menim, da smo znotraj skupine naredili v zadnjem letu in pol zelo veliko, tako da lahko rečemo, da je danes Bartog integralni del Skupine Tokić. Tukaj je bilo veliko dela opravljenega na obeh straneh, seveda pa je pred nami še vedno veliko izzivov. Sodelavcem v obeh podjetjih želim predvsem veliko medsebojnega povezovanja in deljenja dobrih praks, ki jih imamo zelo veliko. Sodelovanje znotraj skupine je ključ do uspeha, ki nam bo v naslednjih korakih prinesel tudi konkurenčno prednost na trgu in predvsem moč za vse izzive, ki nas čakajo v prihodnosti. Tukaj imam v mislih predvsem širitev skupine znotraj obstoječih trgov in na nove trge, razvoj novih poslovnih modelov, prilagajanje ponudbe in storitev.



Bi pa ob tem še izpostavil, da si želim, da vsak zaposleni, ko pride na delo, da od sebe svoj optimum. Tukaj ne govorim samo o količini, ampak predvsem o kakovosti našega dela. Vsak mora opraviti delo, ki mu je zaupano, vestno in odgovorno. Ne iskati bližnjic pri opravljanju del, ker se to na koncu pozna predvsem na kakovosti. Samo vrhunska kakovost bo naše kupce prepričala, da smo vredni njihovega zaupanja. Rad bi poudaril, da si želim dobrega sodelovanja ne glede na situacijo, v kateri se bomo znašli. Gotovo nas čakajo lepi in manj lepi trenutki, vendar moramo vedno delovati kot ekipa, ki ve, kaj želi doseči.

S kakšnimi ljudmi sicer radi delate? Kakšen je po vašem dober tim?

Sem pristaš timskega dela in projektnega vodenja, ki zahteva veliko mero strokovnosti in samodiscipline. Sem zagovornik načela, da ne smemo spati na lovorikah, ampak moramo nenehno iskati nove možnosti. Veseli me delo z ljudmi, ki so prodorni in samoiniciativni. Tukaj bi izkoristil priložnost in pozval vse zaposlene, da se aktivno vključijo v proces stalnih izboljšav in posredujejo svoje predloge, s katerimi lahko naredimo naše podjetje še bolj konkurenčno in uspešno. Vodje in pomožne službe pa naj prisluhnejo sodelavcem, jih spodbujajo, se z njimi pogovarjajo in tako bodo slišali veliko, ne samo o problemih, pač pa tudi o veliko dobrih idejah in predlogih za izboljšave.

Poslovanje v času epidemije covid-19 je vplivalo tako na poslovne načrte in aktivnosti kot tudi na preživljanje prostega časa. Marsičesa smo bili v obdobju epidemije prikrajšani. Kako ste se vi soočili s tem stresom oziroma kako ste poskrbeli za sprostitve?

Res je, zadnje leto oziroma dve sta prinesli veliko sprememb v naša življenja tako na poslovnem kot tudi na osebnem nivoju. Kar nam je bilo nekoč samoumevno, je naenkrat postalo omejeno. Bližina je postala distanca. Naenkrat smo iz osebnega stika prešli v digitalni svet. Osebo smatram, da vse vseeno ni bilo slabo. Izoliranost nam je na drugi strani prinesla več časa z našimi najbližjimi in tako dodatno kakovost življenja. Osebo sem v tem času preživel več časa s svojo družino, prebral kakšno dobro knjigo in veliko postoril okrog hiše, s čimer sem dolgo odlašal.



Sašo pravi, da je zagovornik načela, da ne smemo spati na lovorikah, ampak moramo nenehno iskati nove možnosti. Veseli ga delo z ljudmi, ki so prodorni in samoiniciativni



"V Bartogu se vsak dan srečujemo z novimi izzivi, ki jih družno rešujemo," poudarja Sašo Šimec.



V zadnjih dveh letih, ki sta minili v znamenju pandemije covid-19, je spletna prodaja dosegla neslutene razsežnosti. A v segmentu, v katerem je Bartog, klasične trgovine ostajajo ključne. Je tako?

Online je pomemben, a ta trenutek so naše fizične trgovine ključnega pomena. In veliko smo lani vlagali vanje. Odprli smo megacenter v Šiški, ki je največja tovrstna trgovina v državi, je merilo za druge trgovine. Gre za velik razstavni prostor, kjer si obiskovalec ponudbo ogleda sam ali pa skupaj s prodajnim svetovalcem. Poleg tega smo prenovili in nadgradili še deset drugih trgovin po državi. Z namenom, da kapitalsko okrepimo podjetje, smo kupili tudi prvi lastniški prostor v Novi Gorici. Veliko vlagamo v ta segment, ki je pomemben. Mehanik potrebuje mir pri svojem delu, zanj je storitev naročanja in dostave ključnega pomena. In to je segment, ki nam prinaša dodano vrednost. In na tem bomo tudi gradili. Vizija za naprej je, če govorimo o širini in globini sortimenta, da postanemo 'one stop shop' za vse, kar mehanik potrebuje. To je naša usmeritev. Če govorimo o kupcih fizičnih osebah, bodo ti pnevmatike že kupili prek spleta, a če imajo avtomobil na servisu v delavnici, tega, kar potrebujejo, ne bodo kupovali sami, ker niti ne vedo, kaj za svoj avtomobil potrebujejo. Spletna prodaja bo rasla, a enako velja za fizično trgovino, kjer imamo vsi v Sloveniji še kar nekaj prostora za organsko rast, ne da bi škodovali drugemu.

Kakšen bo po vašem mnenju razvoj poslovanja glede na spremembe v avtomobilski industriji in e-mobilnosti?

Ko govorimo o tehnologiji in trendih, so spremembe v avtomobilski industriji stalnica. Včasih se jih kupci niti ne zavedajo, tako da smo imeli pred nekaj leti veliko rast povpraševanja in razvoja po dizelski tehnologiji, nato so izpušni sistemi postali drastično dražji in zapleteni, odprlo se je poglavje o dragih dvojnih sklopkih ... Želim povedati, da Bartog in Tokić kot vodilni podjetji v regiji ne samo da spremljata največja podjetja, temveč narekujeta trende. Seveda pa so električni avtomobili in avtonomna vožnja zdaj vroče teme. Tudi takšna vozila potrebujejo dele, vendar bi rad poudaril, da ne prodajamo samo delov, temveč tudi servise, pri čemer bi izpostavil že uveljavljene seminarje in programe usposabljanja za serviserje električnih in hibridnih vozil. Poleg tega smo že pripravljeni na ponudbo

vseh AC/DC polnilnikov za električna vozila, z odprtimi očmi pa smo usmerjeni tudi v prihodnost. A grobo rečeno, če vemo, da je v slovenskem voznem parku 1,7 milijona vozil, je enostavno izračunati, da se bo delež električnih vozil povečal na 30 odstotkov šele po tem, ko bo vsakih 10 let prodanih 50.000 EV vozil. Da bo delež videti višji, bo v to pogosto vključeno število prodanih priključnih hibridov, vendar pa imajo vsi ti hibridi popolno tehnologijo ICE tako kot klasični avtomobili. Vsekakor pa lahko rečemo, da smo s 300.000 artikli ter z digitalizacijo poslovanja in storitev pripravljeni na spremembe.

Bi se po vašem mnenju zaposleni v Bartogu morali bati digitalne transformacije?

Želel bi si, da digitalno transformacijo vzamemo predvsem kot priložnost. Kot vidimo, se svet okoli nas spreminja – enako velja tudi za delovne procese, s katerimi se soočamo pri dnevnih nalogah. Včasih se je vse delalo »na roke«, danes pa za ta del poskrbijo avtomatizirani procesi. Veliko se nas še vedno spomni časov pred računalniki, torej časov papirnih evidenc, odbritev, analiz ... Tukaj nam digitalizacija odpira novo dimenzijo, saj so ti procesi pohitreni, poenostavljeni in učinkoviti. Fokus zaposlenih pa je na nalogah, ki prinašajo višjo dodano vrednost podjetju. Digitalna transformacija prinaša veliko poslovnih priložnosti. Te se kažejo v obliki novih prodajnih kanalov, ki omogočajo naslavljanje večjega obsega strank in procesiranje večjega števila naročil. Odpira se predvsem večji trg in nov segment strank. Širina ponudbe in visokokakovostne storitve pa podjetja prikazujejo strankam v popolnoma novi luči. Poleg transformacije procesov in novih priložnosti digitalna transformacija spreminja tudi poslovni model, miselnost celotnega podjetja in se odpira proti strankam z novimi komunikacijskimi kanali. Ključni trenutek digitalne transformacije je možnost hitrega odzivanja na želje in zahteve kupcev.

Kakšno okolje vas motivira?

Motivira me predvsem dinamično okolje, kjer se vedno kaj dogaja. To je zagotovo segment, za katerega sem sedaj odgovoren. Vsak dan se srečujemo z novimi izzivi, ki jih družno rešujemo. Osebo ne bi želel svojega delovnega dneva preživljati nikakor drugače.

Tudi pri nas je že prepoznaven koncept »cone udobja



Želim si, da vsak zaposleni, ko pride na delo, da od sebe svoj optimum. Tukaj ne govorim samo o količini, ampak predvsem o kvaliteti dela.

zaposlenih«. Kakšno je vaše mnenje o tem?

Če pogledamo zadnje leto, smo vsi stopili iz cone udobja in svoja življenja na poslovnem ter zasebnem delu prilagodili dani situaciji. Vsak ima lahko o tem svoje mnenje – nekatere stvari so šle na bolje, gotovo pa smo se tudi čemu odrekli. Tudi če izvezemo korona situacijo, nam življenje postavlja takšne ali drugačne izzive, ki nam vedno znova redefiniro cono udobja. In menim, da je tako prav. Vsako podjetje, ki ostaja v coni udobja, počasi izgublja stik s tržiščem in posledično tudi konkurenčnost. Zato je prav, da gledamo, kako razširiti naše okvire delovanja in na ta način izpopolniti tudi samega sebe. Eno izmed orodij za to je tudi naša metodologija kaizen, ki nam pomaga, da delamo korake naprej. Želim si, da postane proces nenehnih izboljšav del našega vsakdanjika, naši zaposleni pa gonilna sila izboljševanja procesov. Tukaj imamo še veliko prostora za napredovanje.

Zaposleni v Tokiću so prvi na lestvici prioritet, to je ena od temeljnih vrednosti podjetja. Je

tako tudi v Bartogu?

Podjetji sta si zelo podobni, saj izhajata iz družinskih vrednot. Konec koncev je bil to tudi eden izmed razlogov za združitve. Pomembno pa je razumeti, da bomo kljub temu, da smo del skupine, obdržali v Bartogu svojo kulturo in identiteto. Si pa na nivoju skupine delimo enake vrednote, saj izhajamo iz prepričanja, da brez zadovoljnih zaposlenih ni zadovoljnih strank. Vsi skupaj se moramo zavedati, da imamo na poti do tja še veliko za postoriti in da bo potrebna angažiranost vseh zaposlenih. Prve odločne korake smo že naredili, tako da želim tukaj vse sodelavce spodbuditi, da na tej poti vztrajamo, in rezultat ne bo izostal.

S katero od uglednih oseb bi z veseljem poklepetali ob dobri hrani?

Oseba, ki jo zelo cenim, je gospod Niels B. Christiansen. Gospod je bil v preteklosti CEO Danfoss skupine, danes pa je CEO LEGO skupine. Je zelo karizmatična osebnost, velik vizionar. Takšnih v današnjem svetu primanjkuje. Imel sem ga priložnost

spoznati, vsekakor se ponovnega srečanja ne bi branil.

Kakšen je vaš življenjski moto? Imate morda kakšnega vzornika?

Moj moto je: »Nič ni nemogoče.« Samo vprašati se je treba, kaj nam to na koncu prinese. Karkoli počnemo, se moramo tega lotiti s pozitivnega vidika. Velikokrat lahko tudi iz nemogočih situacij potegnemo veliko dobrega. Nekega posebnega vzornika pa nimam. Med svojim delom v različnih državah sem srečal veliko različnih ljudi, ki so name naredili močan vtis. Lahko bi tudi rekel, da so njihove življenjske zgodbe imele name močan vpliv, ki je odločilno vplival na potek moje karierne poti. Zato jim bom vedno hvaležen.

Kaj pa lahko Bartog stori za mlade in za lokalno skupnost?

Bartog že sodeluje z nekaterimi šolami, želimo pa sodelovanje še dodatno razširiti. Zavedamo se pomembnosti naše aktivne vloge pri soustvarjanju prihodnjih generacij. Tukaj mislim na predavanja naših strokovnjakov, možnosti praks dijakov in študentov, izobraževanja profesorjev ter kasneje možnosti delovnih praks in zaposlitev v našem podjetju. V skupini imamo zelo napreden tehnično-izobraževalni center, ki ga uporabljamo tako za izobraževanje naših ekspertov kot tudi dijakov in študentov. Kot podjetje smo aktivni v različnih združenjih, sodelujemo pa tudi z lokalno skupnostjo. Vse z namenom ustvarjati skupni boljši jutri za vse nas. #