

Barbara Goździkowska: Potrzebowałam zmian po życiu w korporacyjnym kokonie

data aktualizacji: 2022.04.20



Po korporacji człowiek nie jest od razu gotowy na własny biznes, ponieważ w korporacji ma się bezpieczną otoczkę - są ludzie, procesy, narzędzia i pieniądze. Umie się dużo i nic się nie umie. Kiedy trzeba zacząć robić wszystko samemu od zera, nie jest to proste - mówi Barbara Goździkowska, była prezes Avon Cosmetics Polska, prezes spółki Natura a obecnie właścicielka swojej własnej kliniki piękności, z którą rozmawiamy o karierze, kobiecych sukcesach i demonach, o stereotypach dotyczących kobiety w biznesie.

Czy pamięta Pani, kiedy zaczęła Pani zawodową pracę?

Oczywiście, że pamiętam, było to bardzo dawno (śmiech). To był 1994 rok, niedługo minie 30 lat. Swoją karierę zawodową zaczynałam w Avonie i przepracowałam tam 25 lat. Bardzo długo, ale

uczciwie mogę powiedzieć, że było to wspaniałe doświadczenie w moim życiu. Avon był wtedy start-upem, a w nich – jak wiadomo – wszystko robi się samemu. Firma dopiero weszła do Polski, tworzyła struktury i ja – taka świeżo po studiach – miałam fantastyczną szansę, żeby się wszystkiego nauczyć. Odpowiadałam za marketing, byłam tłumaczem, copywriterem, przygotowywałam spotkania dla pań konsultantek, nawet oprawę tych spotkań. Później moja kariera zaczęła się szybko rozwijać, tak samo, jak dynamicznie rozwijała się firma. To były fajne czasy, gdy retail nie był tak mocny, nie było jeszcze masowej dystrybucji, było to przed naszym wejściem do Unii Europejskiej. Chyba każda kobieta w Polsce znała kosmetyki Avon i ich używała.

Jak trafiła Pani do Avonu?

Skończyłam studia, jestem po SGH, wtedy był to kierunek Handel Zagraniczny. W trakcie studiów miałam własną szkołę języka angielskiego – właściwie to był mój pierwszy kontakt z biznesem. Do polski zaczęły wchodzić korporacje. Podjęłam decyzję, że jednak nie będę kontynuowała własnej działalności, praca w korporacji była modna i ten świat mnie pociągał. Pojawił się Avon, amerykańska firma – wtedy to było jak złapanie Pana Boga za nogi.

Avon wtedy to była faktycznie korporacja, czy taka korporacja po polsku?

Na początku to był start-up, wzorce były amerykańskie. Dyrektorem generalnym był fantastyczny człowiek, Amerykanin. Mówił o wartościach, co było wówczas dla mnie zupełnie niezrozumiałe. O co chodzi? Jakie wartości? Jesteśmy tutaj, żeby robić robotę. On nauczył mnie przywództwa. To był mądry i niesamowicie ukształtowany człowiek, który mówił: ludzi trzeba rozwijać. Po każdym spotkaniu dawał nam informację zwrotną – dobrą lub korygującą, zawsze była. Ta jego uważność była naprawdę niesamowita.

Jak Pani kariera się rozwijała?

Na początku byłam koordynatorem ds. marketingu. To praktycznie taka osoba od wszystkiego. Później, przez to że Polska zaczęła się szybko rozwijać i dostrzeżono potencjał rynku, to pełne struktury działające już wówczas na innych rynkach, amerykańskim i europejskich, zaczęły być przenoszone do Polski. Bardzo szybko zostałam menedżerem ds. marketingu, później dyrektorem, nie tylko na Polskę, ale dołączaliśmy także takie rynki, jak Czechosłowacja, Węgry, Rumunia. W ciągu 4-5 lat stałam się dyrektorem marketingu na region, to bardzo szybko. Na pewno nie byłam gotowa, ale byłam ambitna, pracowita. Oczywiście bałam się okropnie, czy sobie dam radę, ale jak to się mówi – pełna mobilizacja, korona na głowę i do przodu (śmiech). Aż wreszcie doszłam do najwyższego stanowiska dyrektora generalnej Avon Cosmetics Polska.

Jakie miała Pani wtedy w sobie cechy, które predestynowały Panią do bycia menedżerem, do zarządzania zespołem?

Na pewno bardzo się angażowałam i zawsze angażuję w to co robię – na sto procent. Mam poczucie odpowiedzialności, realizuję cele. Ale też buduję relacje, zarówno z szefami, jak i z zespołem. W Avonie nie myśleliśmy, że pracujemy dla kogoś, traktowaliśmy to jak nasz własny biznes. Mówiąc potocznie – niesamowicie nas to kręciło. Z osobami z tego zespołu do dzisiaj utrzymujemy kontakty, mimo że zawodowo i prywatnie jesteśmy w różnych miejscach. Byliśmy fajną, zgraną ekipą, mieliśmy wspólny cel. To była nasza wielka pasja.

A wracając do zarządzania – myślę, że moje zaangażowanie i chęci pokrywały deficyty, bo wszystkich kompetencji na początku swojej kariery zawodowej się nie ma. Trzeba je rozwijać i tu warto dodać, że Avon bardzo dużo inwestował przede wszystkim w rozwój przywództwa. W latach 90. to nie było w Polsce popularne, nie mówiło się o tym, jak budować zespoły, jak motywować ludzi. Tymczasem w

Avonie kształtowanie cech lidera to był bardzo ważny element rozwojowy i jestem firmie za to wdzięczna.

Avon to kobiety. Tysiące konsultantek. Jak się pracuje z kobietami?

Przede wszystkim chciałabym podkreślić, że bardzo lubię pracować z kobietami. Większość naszego zespołu to były kobiety. Dlatego, że to branża beauty, a także dlatego, że Avon miał w sobie misyjność. I ma do dzisiaj, choć wydaje mi się, że wtedy była jeszcze bardziej adekwatna. Mówiliśmy o tym, że kobiety potrzebują swojej przestrzeni, swoich pieniędzy. Poprzez rolę konsultantki pokazywaliśmy, że nawet w małych miejscowościach kobieta, która nie ma specjalnie dużo możliwości zrobienia kariery, jest w stanie zdobyć choć trochę niezależności i własnych pieniędzy. To było bardzo istotne. Empowerment, wsparcie – dziś dużo się o tym mówi. A my już te 30 lat temu działaliśmy w tym zakresie.

Chyba właśnie dlatego byłam w Avonie tak długo. Jeździłam w teren, w Polskę, na spotkania z kobietami. One opowiadały swoją historię – jak Avon zmienił ich życie. Mówiły to ze łzami w oczach. Dla mnie było to niezwykle i tak emocjonalne. Czułam, że nie tylko sprzedaję kosmetyki, robię wynik, realizuję cel finansowy firmy – co jest istotne – ale przede wszystkim pomagam kobietom.

Te kobiety nabierały wiary w siebie, odważały się wyjść z domu, co nie dla wszystkich było takie proste. Przez to, że dołączały do zespołów, zaczęły pracować razem, miały wsparcie, szkolenia, budowały sobie swoje małe, własne biznesy, które dawały im ogromną satysfakcję i własne pieniądze. Myślę, że musimy też otwarcie powiedzieć, że wiele kobiet żyło w bardzo przemocowych rodzinach. Nie pracując zawodowo nie miały dochodu i tkwiły w toksycznym środowisku. Avon symbolicznie i w praktyce wyciągał rękę – nie mając kompetencji mogły budować swój mikrobiznes. Odkryły w sobie talenty, były w stanie zmienić swoje życie. I to było dla mnie niezwykle.

Widzę, że do tej pory mówi Pani o tym ze wzruszeniem...

Tak, ciągle czuję te emocje. Jestem kobietą, więc doskonale rozumiem problemy, z którymi się mierzymy na różnych poziomach. Pomimo 30 lat doświadczenia w mojej głowie też są myśli – czy ja sobie poradzę, czy jestem gotowa. Mamy swoje...

Ograniczenia?

Powiedziałabym raczej – demony. Kobiece wsparcie jest bardzo ważne. Widzę to też teraz, w mojej firmie, w klinice. Czasem zaczyna się od drobnej zmiany, która wpływa na samopoczucie, a to później pomaga ułożyć też np. pewne rzeczy na poziomie mentalnym. Przede wszystkim kobieta musi w siebie uwierzyć. Wielu kobietom, dziewczynom, z którymi pracowałam w przeszłości, bardzo fajnie poukładało się życie zawodowe i to jest dla mnie duża satysfakcja. Zaczynałyśmy razem, w dobrym środowisku, gdzie mogły w siebie uwierzyć, rozwijać się i potem już poszły dalej. Liczę na to, że troszkę pomogłam w tym, żeby im te skrzydła wyrosły.

Przychodzi mi w tym momencie na myśl Ewa Chodakowska, która gromadzi kobiety wokół siebie, wspiera je, pokazuje, że zaczyna się od wzmocnienia swojej fizycznej siły, zdrowia, a za tym idzie siła psychiczna. Wiele kobiet to poświadczą, że udało im się wyjść z różnych toksycznych i często tragicznych relacji, gdy poczuły, że one same są silniejsze.

Właśnie – to musi być taki impuls. Kobieta musi w siebie uwierzyć i można tę wiarę w niej wykrzesać na różne sposoby. Ja panią Ewę Chodakowską bardzo podziwiam, bo zrobiła kawał dobrej roboty.

Czy czuła Pani kiedykolwiek nad sobą osławiony szklany sufit? Że jest Pani traktowana inaczej, że musi się Pani starać bardziej? A może ktoś wydobywał z Pani pewne cechy,

których wcale nie chciałyby Pani eksponować, a musiały Pani, żeby realizować cele?

Powiem szczerze, że tak... Robiłam karierę relatywnie wcześniej. Zostałam dyrektorem mając mniej niż 30 lat. Większość dyrektorów generalnych i wyżej – to byli mężczyźni, często zdecydowanie starsi ode mnie. Nie ukrywam więc, że było to trochę na zasadzie: „A co Ty mi tu dziewczynko pokażesz?” Musiałam się bardziej starać i być dość asertywną, stawiać pewne granice.

To często nie były łatwe doświadczenia, to była praca nad sobą. Nauczyłam się refleksji. Nawet jak byłam niezadowolona z jakiejś sytuacji, bo np. uważałam, że źle poprowadziłam jakąś rozmowę, to starałam się wrócić do tego, przemyśleć, wyciągnąć wnioski. Ciągłe nad sobą pracowałam, żeby móc poradzić sobie w trudniejszych sytuacjach.

Korporacja to są też różne schematy, gry, polityka, więc zdecydowanie trzeba było nie tylko kompetencji i umiejętności realizowania celów, ale też umiejętności dostosowywania się, a zarazem budowania relacji i stawiania granic, były bardzo potrzebne. I to nie były łatwe doświadczenia. Powiem otwarcie: nie lubię tego. Wolę pracować transparentnie i tak samo otwarcie komunikować się z ludźmi, skupiać się na priorytetach, ale nie zawsze tak się da.

Generalnie kobieta w przestrzeni zawodowej zawsze musi udowodnić więcej, zawsze musi się bardziej postarać. To się nie zmieniło.

Które opinie o kobietach w biznesie uznałyby Pani za krzywdzące stereotypy?

Jest sporo stereotypów i półprawd. Na przykład to, że kobiety są nadmiernie emocjonalne, egzaltowane. To nieprawda. Z doświadczenia mogę powiedzieć, że tych wewnętrznych rozterek często mężczyźni mają więcej. I są większymi plotkarzami (śmiech). Często o kobietach, które są stanowcze i pewne siebie mówi się, że są agresywne. To nieprawda. Są decyzyjne. Myślę, że czas najwyższy, abyśmy skończyli z szufladkowaniem ludzi. I kobiet i mężczyzn.

Menedżerowie zazwyczaj często zmieniają pracę, Pani w jednej firmie była bardzo długo.

No cóż, byłam dinozaurem (śmiech). A na poważnie to właśnie dlatego, że miałam możliwość pracy w bardzo różnych obszarach – lokalnie, regionalnie i globalnie. Inaczej pracuje się lokalnie, jest to praca operacyjna, bardziej tu i teraz, realizacja bieżących wyników. Praca globalnie to już zdecydowanie działanie strategicznie, cross-funkcyjne. Było to ciekawe i rozwijające, bo mogłam sprawdzić, w czym czuję się najlepiej. A zdecydowanie wolę być tu i teraz, lubię pracę u podstaw. Na stanowiskach globalnych jest interesująco, ale tak naprawdę na wiele obszarów biznesu nie ma się bezpośredniego wpływu.

Poznałam w każdym razie siebie lepiej. Awansowałam na stanowisko dyrektor generalnej. To niewątpliwie motywujący sukces. Po 25 latach stwierdziłam jednak, że nic więcej nie jestem w stanie osiągnąć. Z czasem przychodzą też refleksje – czy ja na pewno chcę przez całe życie zostać w jednym miejscu, czy jednak warto szukać nowych dróg?

Uznała Pani, że warto. Już wtedy myślała Pani o własnym biznesie?

Tak, myślałam, ale moim zdaniem po korporacji człowiek nie jest od razu gotowy na własny biznes.

Dlaczego?

Ponieważ w korporacji ma się taką bezpieczną otoczkę – są ludzie, procesy, narzędzia i pieniądze. Umie się dużo i nic się nie umie. Kiedy trzeba zacząć robić wszystko samemu od zera, nie jest to proste.

Chyba rozumiem, o czym Pani mówi. Pomimo wielu wad korporacyjnego systemu, można powiedzieć, że w porównaniu do prowadzenia własnej firmy - jest w nim wygodnie.

Ma się wsparcie w każdym obszarze. Do wielu zadań, mówiąc potocznie, ma się ludzi. Wielu rzeczy nie robi się samodzielnie. Pracownicy mają bardzo wąskie zakresy odpowiedzialności. Kiedy więc przychodzi ten moment: chcę założyć własną firmę i pytanie „jak to zrobić?“, okazuje się, że nie mam bladego pojęcia (śmiech).

I dlatego zdecydowała się Pani najpierw spróbować pracy w firmie o zupełnie innej strukturze, czyli w drogeriach Natura? Też na stanowisku prezesa.

Po życiu w kokonie korporacyjnym chciałam się sprawdzić. Potrzebowałam dużej zmiany, chciałam jej, czegoś, przy czym trzeba zakasać rękawy i robić robotę. I pod tym względem trafiłam w dziesiątkę.

Myślę, że nie było łatwo.

Nie było, ale bardzo sobie cenię ten czas. Można było wejść do firmy i dużo zrobić w ramach tych ograniczeń, które firma miała. Jedno jest pewne - zesłam na ziemię. To dało mi dodatkowe przygotowanie do założenia własnej firmy.

Czy w Naturze przydały się Pani poprzednie doświadczenia?

Tak, praktycznie wszystkie. Zarządzanie ludźmi, spojrzenie na wartości i określenie ich dla organizacji, ułożenie procesów i połączenie ich, nawet tak oczywistych, jak to, że produkt musi się znaleźć na półce w odpowiednim czasie, w określonej cenie. Analityczne spojrzenie na biznes, ułożenie strategii. Nie ma chyba nic, co nie przydałoby mi się z korporacji w przełożeniu na Naturę.

A personel sklepów? Wydaje się, że to najtrudniejszy obszar dla firm handlowych. Wymagająca, słabo opłacana i stresująca praca, często osoby, które trafiają do niej z przypadku, wysoka rotacja. Czy próbowała Pani budować kobiece zespoły i dawać dziewczynom w drogeriach wsparcie, jak kiedyś konsultantkom w Avonie?

Odpowiem tak - widziałam tę potrzebę i bardzo duży dysonans pomiędzy centralą a pracownikami w sklepach, tak naprawdę nie było komunikacji pomiędzy tymi dwoma częściami firmy. Z drugiej strony znalezienie menedżera, który rozumie tę potrzebę, gotowego dać pracownikom również swoje emocjonalne zaangażowanie, jest szalenie trudne.

Trzeba też pamiętać, że trafiłam w okres pandemii, kiedy zamykane były sklepy lub ograniczana ich działalność. To wiązało się z redukcjami personelu, bo obroty w handlu gwałtownie spadły. To był bardzo trudny moment - trzeba było podejmować decyzje kosztowe, a z drugiej strony pracować nad tym, żeby pracownicy czuli, że przynależą do fajnej organizacji, która ma przed sobą przyszłość, wizję i strategię.

Myślę, że dla firm handlowych wyważenie, czy inwestować w szkolenia pracowników sklepów, w ich rozwój, czy raczej iść w stronę redukcji kosztów - szczególnie teraz przy wzroście pensji minimalnej i ogólnym wzroście kosztów działalności przedsiębiorstw - to są bardzo trudne decyzje, bo jest to długotrwały i bardzo kosztowny proces, właśnie przez wspomnianą przez panią rotację. Wiele firm podejmuje decyzje o redukcji kosztów, widzimy choćby boom na kasy samoobsługowe. W PLN-ach to wygląda dobrze, ale nie ma co ukrywać, że tracimy na relacjach z klientami, nie budujemy opinii profesjonalisty, doradcy. Część sieci może sobie na to pozwolić, ale jeśli chcemy stworzyć miejsce lojalizujące klientów to trzeba jednak bardzo umiejętnie te działania wyważyć, spojrzeć na pracownika jak na inwestycję, nie jak na koszt.

Przejdźmy do dzisiaj. Na warszawskim Muranowie otworzyła Pani własną klinikę medycyny estetycznej i kosmetologii - klinikę Absolu. Czy to był dawno przemyślany kierunek, czy nagła decyzja pod wpływem popytu na usługi tego typu?

Pomysł kiełkował długo, od kilku lat. Miałam go. Była tylko kwestia decyzji, kiedy. Chciałam działać w branży beauty - jestem w nią „wkręcona”. To moja pasja. Interesuje mnie rynek usług z wykorzystaniem zabiegów i urządzeń, które stymulują skórę twarzy i ciała. Myślę, że w tej branży jest olbrzymi potencjał. Wszystko wskazuje na to, że będziemy żyli coraz dłużej, więc dłużej też będziemy chcieli dobrze wyglądać. Prawda jest też taka, że jeśli chcemy pozostać długo aktywni zawodowo, być w biznesie, to dbanie o siebie, wygląd mają znaczenie.

Myślałam więc o własnym biznesie w tej dziedzinie, ale nigdy nie było dobrego momentu, żeby zacząć. Ostatecznie chyba pandemia wpłynęła na to, że się zdecydowałam. Pomyślałam, że czas się zatrzymać i wreszcie się odważyć, bo też chodziło o przełamanie strachu przed czymś nowym, przed ryzykiem. Tak jak większość osób w pandemii pracowałam jeszcze więcej niż dotychczas, ale też zmienił się styl pracy. Przez ograniczenia przestałam tak często wyjeżdżać i żyć tak bardzo intensywnie, w rozjazdach, na spotkaniach. To dało mi czas na refleksję i impuls, że chyba jest to już ten moment.

I jak jest na tym swoim? Euforia, czy „co ja najlepszego zrobiłam”?

Jednego dnia tak, a drugiego tak (śmiech). Są emocje góra, dół, góra, dół. To był bardzo intensywny czas. Miałam lokal, bo już dawno w niego zainwestowałam, ale było mnóstwo pracy związanej z otwarciem kliniki, podjęcie decyzji, jakie będą wykonywane zabiegi, jaki kupić sprzęt - a kupowałam najlepszy, rekrutacja ludzi. Wystartowaliśmy, ale to się nie kończy, trzeba cały czas o czymś decydować. Będąc pracownikiem z firmy się wychodzi, często po kilkunastu godzinach pracy, ale jednak się wychodzi. Z własnej firmy mentalnie właściwie nie wychodzi się nigdy. Jednak, pomimo dużej odpowiedzialności i stresu, jest przede wszystkim dobra energia, adrenalina, która daje „kopa”, żeby iść do przodu.

Muszę się Pani przyznać, że klinika medycyny estetycznej kojarzy mi się, niestety, z ludźmi-klonami i z zabiegami, które wcale nie upiększają...

Dlatego ja czuję misyjność edukacyjną. Wiele osób coś wie na temat zabiegów medycyny estetycznej, ale nie do końca. Nie mając świadomości skutków podejmują złe decyzje. Na pewno warto dbać o siebie, ale trzeba to robić z głową, mądrze, bo można sobie zrobić krzywdę. Prowadzę biznes bez ściemy, nie oszukuję ludzi robiąc im coś, czego nie powinnam robić. Stawiam na zabiegi intensywne, ale stymulujące naturalne procesy regeneracji skóry. Jestem wielką fanką laserów stymulujących skórę do odnowy, natomiast raczej jestem przeciwniczką zabiegów kamuflażowych, typu nici, bo nie wiemy, co się po nich będzie działo w dłuższym okresie czasu, czy np. nie pojawią się zwłóknienia. Podobnie jest z wypełniaczami. To nie jest naturalna terapia, ona „oszukuje”, na chwilę ukrywa pewne problemy.

Interesują mnie zabiegi, które stymulują skórę, pobudzają, żeby sama zaczęła pracować w naturalny sposób. I wiem, że jest to absolutnie możliwe. Nie każdy godzi się na starość i nie każdy akceptuje to, że jego twarz tak bardzo się zmienia. Naturalnymi, delikatnymi zabiegami można sobie pomóc i po prostu wyglądać dobrze. Zmarszczek może być mniej, owal twarzy może być podniesiony, ale poprzez stymulowanie skóry, a nie przez sztuczne kamuflowanie zmian. Co do zabiegów korekcyjnych czy kamuflażowych - też wszystko jest kwestią tego kto i jak wykonuje zabieg - w mojej klinice zabiegi medyczne wykonuje oczywiście lekarz ze specjalizacją medycyny estetycznej. Można zachować naturalny kształt i świeżość ust, wcale nie trzeba tu przesady.

Chcę, żeby kobieta była najlepszą wersją samej siebie, żeby akceptowała to kim jest, ale z lekką korektą i pracą nad sobą. Jeśli w głowie mamy 30 lat a metrykalnie 50 to też możemy na 30 wyglądać wcale nie zmieniając siebie w kogoś, kto już nas nie przypomina. To jest mój kierunek.

O czym myśli Pani na początku tej drogi? Jakie ma Pani plany?

Chcę zbudować bazę lojalnych pacjentów i klientów. Z czasem będę rozszerzała ofertę. Myślę m.in. o ginekologii estetycznej – to też ważny kierunek. Mało mówi się o problemach kobiecych np. w okresie menopauzalnym, a można sobie poprawić komfort życia i przywrócić pewność siebie.

Cały czas też doksztalcam się w kosmetologii i medycynie estetycznej poprzez udział w kongresach, targach, sympozjach. Nie będę zabiegowcem, jestem menedżerką, skupiam się na zarządzaniu, ale nie zmienia to faktu, że jeszcze myślę o kierunkowych studiach. Tak jak wspomniałam, jest to moja pasja, a dobre prowadzenie takiego biznesu wymaga profesjonalnej wiedzy. Chcę, żeby Klinika Absolu kojarzyła się z profesjonalizmem, skutecznością, jakością i wyjątkowym doświadczeniem.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/barbara-gozdzikowska-potrzebowalam-zmian-po-zyciu-,69656>