



WEEKEND MEDIA FESTIVAL: GOST "ONE ON ONE" PANELA DAVOR TOMAŠKOVIĆ, PREDsjedNIK UPRAVE HT-a



Davor Tomašković, predsjednik Uprave Hrvatskog Telekomu i moderator Zoran Šprajc

Što je Tomaškovića, dakle "natjeralo" da se vrati u Hrvatsku bilo je jedno od logičnih pitanja Zorana Šprajca, na što se tijekom razgovora iznjedrilo više manjih odgovora - kao i dvije čvrste činjenice - umor i zasićenost od "vanjskog" šesnaest satnog radnog vremena

ROVINJ - Svi oni koji su se nadali da će dobiti čarobnu formulu kojim će postati uspješni, ne nužno i hrvatski, menadžeri grdno su se prevarili. Jer, na kraju razgovora jedan od "top" menadžera - Davor Tomašković, predsjednik Uprave Hrvatskog Telekomu kratko je rekao - tajne nema! Ili, još pametnije zaključimo ona postoji i nalazi se u svemu onome o čemu je tijekom panela "One on One" na Weekend Media Festivalu i u razgovoru s novinarskim bren-dom Zoranom Šprajcem, go-

vorio. Za početak i u samom telegrafskom predstavljanju Davora Tomaškovića, valja istaknuti i da je diplomirao elektrotehniku, a diplomu MBA zaslužio na prestižnom milanskom Boccaniju.

Uspjeh - tajne nema

Uz sve to bio je i najbolji student na MBA što ga je kako kaže, uz malo sreće, i istine radi - dodajmo puno referenca, znanja, ali i znanja stranih jezika "odvele" u McKinsey&Company... a ostalo je povijest

Najbolji projekti i agencije u oglašavanju

Na Weekend Media Festivalu i u sklopu programa BalCannes, proglašeni su najbolji projekti i regije u oglašavanju. Titulu najbolje agencije ponijela je agencija Pristop iz Slovenije, a najboljim projektom žiri oglašivača, koji je ove godine prvi put dodijelio nagrade ocijenio je "Men all over the world are crying" porečke agencije Studio Sonda. Također, žiri oglašivača posebnu je nagradu dodijelio projektu "Markovec opening" agencije Pristop, dok je žiri novinara za najbolji projekt izabrao Lav Popcorn agencije McCann iz Beograda. Uz slovensku agenciju Pristop najbolje rezultate ostvarili su agencije-Bruketa&Žinić OM, Imago Ogilvy, McCann Zagreb&Fahrenheit i Grey Ljubljana, dok su u selekciji dvadeset i pet najboljih projekata izabrani i projekti agencija Studio Sonda, BBDO Zagreb, McCann Beograd, FCB Afirm, Universal Media, Fullhouse Ogilvy, Yin+Young, Luna TBWA, New Moment New Ideas Company, McCann Skopje i Real grupa.

Valja istaknuti i da se BalCannes- revija najboljih reklamnih agencija po peti put održala u Rovinju, na glavnoj pozornici top vikenda- Weekend Media Festivala i da su se najbolji projekti izazvali veliki interes publike, oglašivača i ostalih iz industrije tržišnih komunikacija. Organizator BalCannesa na kojemu je sudjelovalo pedeset i sedam agencija iz pet zemalja je HURA (Hrvatsko udruženje društva za tržišno komuniciranje) i Weekend Media Festival.

(uz objašnjenje kako je upravo Istranima i gradu u kojem je na Weekend Mediji govorio) ime Davora Tomaš-

kovića poznato i po činjenici da je nakon funkcije predsjednika Uprave Tiska, bio i predsjednik Uprave TDR-a,

na kojoj je proveo sedam godina. Dakle, ako tajna poslovnog uspjeha i postoji ista nije obznanjena kao što ni

elokventni Šprajc nije otkrio kolika je "plaća" top menadžera. No, publika je doznala drugu činjenicu a ta je da prvi prihod Davora Tomaškovića ostvaren još 1995. godine u Ministarstvu znanosti bila 1.600 kuna (ili točno onoliko koliko su tad bile pripravnike plaće). Kuriozitet radi otkrijmo i podatak da mu je u McKinseyu od prve pa do posljednje plaća porasla za čak tisuću posto? Što je Tomaškovića, dakle "natjeralo" da se vrati u Hrvatsku bilo je jedno od logičnih pitanja Zorana Šprajca, na što se tijekom razgovora iznjedrilo više manjih odgovora - kao i dvije čvrste činjenice - umor i zasićenost od "vanjskog" šesnaest satnog radnog vremena i onoga što želi sebi i obitelji, a to je kvaliteta života u Hrvatskoj koja je u odnosu na "vani" neusporedivo bolja.

Pogreška pa ispravak

Od ostalih zanimljivosti vezanih za uspjeh top menadžera izdvajam i neke od zanimljivijih odgovora. Recimo, na dilemu stručnjaka i prgavca ili manje sposobnog ali željnog znanja radnika, Tomašković će uvijek izabrati drugu opciju, jer kako kaže znanje se uz volju može steći a karakter se ne mijenja. Da li bi ikad prihvatio biti na vrhu nekog državnog poduzeća odgovorio je niječno, iz razloga što, kako ističe, nema slobode rada bez miješanja politike i političara. A kad je riječ o politici i gospodarstvu Tomašković je baš kao i pret hodnici s ranijeg panela na temu Obrazovanje i budućnost zaključio kako nam treba predvidivo poslovanje, a ne da političari sanjaju i preko noći mijenjaju zakone, uvode poreze i slično. Da i za kraj, pojasnio je i da uvijek sluša (i to s punom pažnjom) što mu govori, savjetuje njegov tim, ali da je njegova riječ/odlučka zadnja. Kad pogriješi (a i toga zna biti) ne okreće se, već sav napor ulaže u sanaciju posljedica loše odluke. Dakle, to je već slijedeća i nova odluka koja ga tjera naprijed.

Nina ORLOVIĆ RADIĆ