

Feargal Quinn és a vállalkozása

Feargal Quinn Dublinban született. Tanulmányait a Newbridge College-ben és a dublini University College-ben végezte, kereskedelem szakon.

A családi háttér az élelmiszer-kiskereskedelem biztosította, County Downban régóta közismert név a „Quinn’s of Newry”. Feargal apja, Eamonn Quinn az 1940-es években egy Payantake nevű sikeres bolthálózatot működtetett. Később idegenforgalommal foglalkozott, a Dublin megyei Skerriesben hozta létre a Red Island nevű üdülőtábort, ahol a tizenéves Feargal is megszerezhetette első üzleti tapasztalatait.

Miután európai utazásai meggyőzték arról, hogy az élelmiszer-kiskereskedelem forradalmi változások előtt áll, Feargal Quinn 1960-ban elhatározta, hogy ennek a forradalomnak az egyik vezetője és meghatározó szereplője lesz Írországbán.

Ugyanebben az évben, novemberben megnyitotta Dundalkban az első boltját, amely még 200 négyzetméteres sem volt, összesen nyolc fős személyzettel.

A Superquinn-nek ma 4 ezer alkalmazottja van, és az összesített eladótere meghaladja a 40 ezer négyzetmétert. Huszonegy üzletet működtet és tulajdonosa nyolc bevásárlóközpontnak. Miután 2005-ben a Select Retail Holdings Ltd. felvásárolta a céget, Feargal Quinn tiszteletbeli elnökként a vállalatnál maradt.

Feargal Quinn a kezdetektől fogva kiválóságra törekedett, és az a konok elhatározás vezérelte, hogy bármibe vágjon is bele, abban az ő cége lesz a legjobb. Már az elején eldöntötte, hogy a boltjai a friss ételekre fognak szakosodnak, és a mai napig ez számít a csoport specialitásának.

Az eredetileg „Quinn’s Supermarket” néven indult Superquinn újtó hírneve gyorsan elterjedt. Elsőként vezette be Írországbán a helyben készült péksüteményeket és kolbászokat, így a vásárlók saját szemükkal láthatták, hogy friss terméket kapnak.

Feargal Quinn-nek a kereskedelemről vallott filozófiájának a másik lényeges pontja a vevők kiszolgálásának a fontossága. Az a határozott szándék vezérelte, hogy közeli kapcsolatot alakítson ki a vevőkkel, és hogy a csapata mindig igyekezzen a vevő szempontjából nézni a dolgokat.

Az üzletvezetőit oly módon emlékezteti arra, hogy a valódi munkájukat az eladótérben kell végezniük, hogy mindig szűk, jellegtelen irodát terveztet nekik az építésszel. Előfordult, hogy a Superquinn központi irodájánál dolgozók íróasztala eltűnt, amíg szabadságon voltak – finom utalásként arra, hogy több időt kellene tölteniük az eladótérben.

Feargal Quinn legszívesebben az eladótérben sétálva tartott értekezleteket, amivel néha sikerült meglepnie a hagyományosabb üzleti találkozókhoz szokott embereket. A munkatársaknak kitűzőket osztogatott, amin az állt, hogy „YCDBSOYA”, vagyis „You can’t do business sitting on your ... armchair” (*úgy nem lehet üzletet kötni, hogy a... széken ülsz*). Ahogy azt ebben a könyvben is bizonyítja, elkötelezett híve annak a nézetnek, hogy a munkának élvezetesnek kell lennie.

Bár az üzleti életről vallott felfogásának az ilyen vetületei szinte legendává váltak, a szándéka valójában nagyon is komoly. A prioritások listáján első helyet foglal el a közeli kapcsolat a vevővel, és Quinn véleménye szerint ezt mindenki meg tudja tanulni, aki a kereskedelemben dolgozik.

Saját magát oly módokon szoktatta rá erre, hogy rendszeresen beállt valamelyik boltjában becsomagolni a vevők által vásárolt árukat, és minden héten részt vett fogyasztói paneleken, ahol végighallgatta az önkéntes alapon jelentkező Superquinn-vásárlók javaslatait a vevők jobb kiszolgálására.

A vevőkkel folytatott találkozók alkalmából született számos olyan újítás, amely megalapozta a Superquinn hírnevét. A Superquinn vásárlói a szolgáltatások olyan skáláját kapják, amely nem csak Írországbán páratlan, hanem szinte az egész világon.

Ezek közé tartoznak a játszóházak a vevők kisgyerekei számára, az esernyő-szolgálat az esős napokon, az áruk kihordása a vásárlók parkoló autójához, és így tovább. A Superquinn az elsők között vezette be Európában a hűségkártya gyakorlatát, amely ma már szinte minden téren elterjedt.

Szembetűnő a különbség Feargal Quinn boltjai és a többi szupermarket többsége között az alkalmazottak létszámát tekintve. Quinn mindig is hitt abban, hogy a vásárlók magas szintű személyes szolgáltatásra tartanak igényt, még hozzá olyanra, amelyet csak emberek tudnak nyújtani, gépek nem. Bebizonyította, hogy érdemes befektetni az emberekre, mert a forgalom növekedése ellensúlyozza a magasabb személyi kiadásokat.

Talán minden egyéb aspektusa közül ezzel vonzotta magára a Superquinn a legnagyobb figyelmet világszerte – az a tény, hogy egy szupermarket képes lehet magas színvonalú szolgáltatásokat nyújtani az árak emelése nélkül. Mindenhol máshol azt vallják, hogy a magasabb szintű szolgáltatásért magasabb árat kell fizetnie a vevőnek, de Írországból ez nem lehetséges a nagy konkurencia miatt az élelmiszerkereskedelemben.

A kiskereskedelem világában kezd elfogadottá válni az a tény, hogy az új évezredben a konkurencia harctere a vevőknek nyújtott szolgáltatásokra tevődik át, és Feargal Quinn folyamatosan kapja a felkéréseket előadások tartására nemzetközi kereskedelmi összejöveteleken. Neki köszönhető, hogy Írországot egyre inkább a kiskereskedelmi innováció bölcsőjének tekintik.

A Superquinnen kívül más módon is hozzájárult Feargal Quinn Írország gazdasági és társadalmi életéhez. Egy évtizeden át volt az ír postaszolgálat elnöke, ő irányította az átmenetet, amikor a posta kormányhivatalból egy félig állami tulajdonú kereskedelmi szervezetté vált. 1993 óta független tagja az ír parlament felsőházának. Ő volt az elnöke az ír oktatási rendszerben mérföldkőnek tekintett Leaving Certificate Applied (az érettségi vizsgának egy változata, amely a gyakorlati ismeretekre összpontosít) bevezetését felügyelő bizottságnak. Tiszteletbeli doktori címet kapott a dublini egyetemről és a National Council for Educational Awards-tól, 1994-ben pedig a pápai lovaggá avatták.

Ami a nemzetközi színteret illeti, Feargal Quinn elnöke volt a CIES-nek (Élelmezési Üzleti Fórumnak). Tagja az amerikai Food Marketing Institute igazgatótanácsának, és a brit Institute of Grocery Distribution tudomány munkatársa.

Feleségével, Denise-zel Dublinban élnek, öt gyermekük van.

Hogyan írt könyvet egy kis (165 centi magas) zöldséges?

Amikor a Superquinn még kis cég volt, nemcsak, hogy személyesen beszélgettem el minden állásinterjúra érkezővel, hanem arra is ügyeltem, hogy az első pár hétben sok időt töltsék együtt a csapat valamennyi új tagjával. Ennek legalább ugyanannyira volt az a célja, hogy otthon érezzék magukat nálunk, mint a betanításuk.

Így könnyű volt elérni, hogy minden új munkatárs nagyon gyorsan elsajátítsa mindazt, amit én fontosnak tartottam, és hogy megértse a kis cégünk prioritásait.

Am ahogy nőtt a cégünk, azt tapasztaltam, hogy a másoknak átadandó feladatok közé tartozik a betanítás is. Ennek a keretében meg kellett találnom a módját, hogy elmagyarázzam a betanítást végzőknek az első boltunk megnyitása óta folytatott üzleti működésünket megalapozó elméletet.

Amikor végre sikerült papírra vetnem a gondolataimat, a személyi asszisztensem, Anne O Broin javasolta, hogy ez az üzenet érdekes lehet egy szélesebb közönség számára is. Így született meg ennek a könyvnek az ötlete.

Ha ez a könyv hasznos lehet a cégünkön kívüliek számára is, roppant mód örülni fogok. De attól tartok, hogy a munkamódszereink leírásával óhatatlanul azt a benyomást fogom kelteni, hogy minden ötletet és sikert saját magamnak tulajdonítok.

Ami távolról sem igaz. A Superquinn sikere több ezer lelkes kereskedő kiváló csapatának köszönhető – akik közül sokan sosem tekintették magukat annak, szinte véletlenül kerültek a kereskedelmi pályára, és elbűvölte őket a piac varázsa.

Ezt a könyvet nekik ajánlom, de nem csak nekik. Hanem ajánlom egy másik, sokkal nagyobb csoportnak is, amelyik ugyanolyan nagy szerepet játszottak a Superquinn piaci sikerében és a kereskedelmi világban elért hírnevében.

Kitaláltad: ez a másik csoport a vevőink. Köszönöm, hogy lehetővé tettétek a számunkra mindezt. És köszönöm, hogy élvezetessé tettétek a munkánkat.