

ROZMOWY JUBILEUSZOWE

30^{lat}



MICNIKA
SZCZĘSINY

DYREKTOR DS. REKLAMY

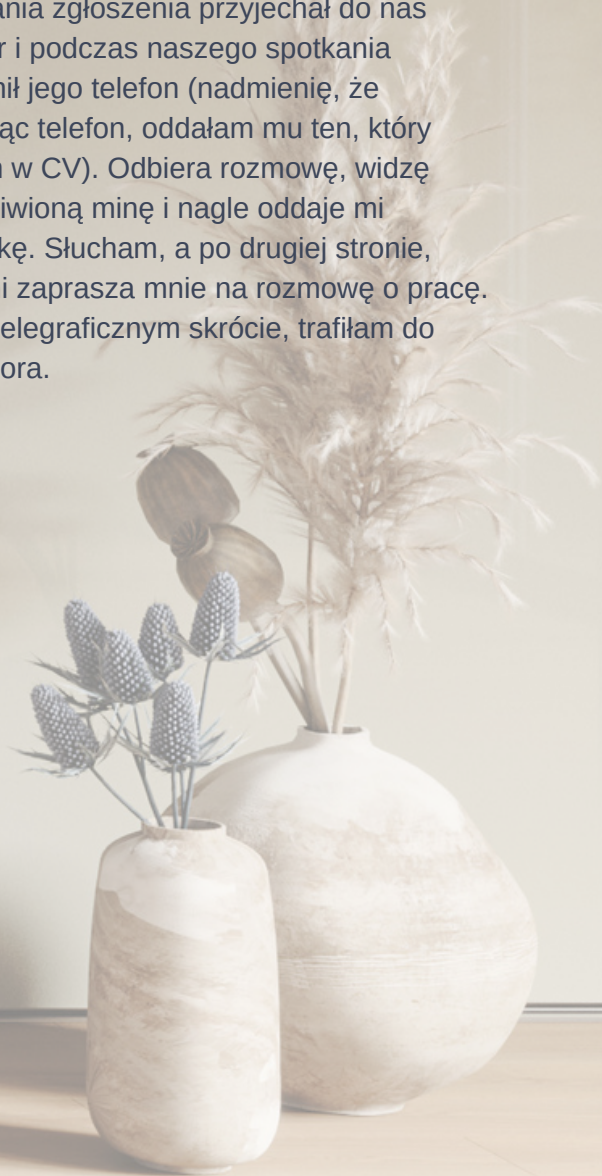
WSZYSTKO POWSTAJE W TWÓRCZYM SZALE...

Reklama to bardzo szerokie pojęcie. Czym tak naprawdę zajmujesz się w firmie. Przybliż nam swoją osobę i opowiedz o rzeczach oraz zagadnieniach, nad którymi pracujesz.

Od 18 lat jestem Dyrektorem Reklamy w Komandor SA w Radomiu, a w firmie pracuję od lutego 2000 roku. Przez pierwszych kilka lat pracowałam na stanowisku grafika komputerowego. W 2004 roku podjęto decyzję o stworzeniu Działu Reklamy i powierzono mi kierowanie tą komórką. Rozłożenie sił na kilka osób, umożliwiło mi skupienie się na bardziej kreatywnych działaniach. Może nie wszyscy się orientują, że jestem magistrem sztuki, kierunek grafika warsztatowa, dlatego wszystko, co robiłam i robię, wiąże się z moimi predyspozycjami, umiejętnościami i wrażliwością. Tak więc zakres moich prac był szeroki, od rysowania grafiki na aukcję (nie pamiętam na którą Galę) po odręczne projekty pomieszczeń do pierwszych sesji zdjęciowych, projekty materiałów reklamowych dla firmy. Po części było to zgodne z moim wykształceniem, ale chciałam robić coś więcej, bardziej spektakularnego, coś, co pozwoli mi spełniać się artystycznie. Zaczęłam projektować ekspozycje firmowe, stoiska targowe, plany do sesji zdjęciowych i tak się rozkręciłam, że brakowało mi czasu na inne działania. Spod moich rąk wyszło kilka kolekcji mebli, uchwytów i detali systemów. Lubię, to co robię. Fakt, czasami zadania nie są proste, ale w sumie nic nie jest proste. Lubię wyzwania, lubię być, jak ja to nazywam, w twórczym szale.

Jak magister sztuki trafił do producenta systemów do szaf i mebli? Gdzie miała swój początek Twoja przygoda z Komandorem?

Przypadek. Tak zazwyczaj zaczyna odpowiedź większość społeczeństwa, ale nie ja. Ja wierzę, że w życiu nie ma przypadków. Kieruję się dewizą, że wszystko w życiu jest z jakiegoś powodu. Tak więc pewnego dnia znalazłam w gazecie lokalnej ogłoszenie, które zamieścił Komandor. Wysłałam CV i zapomniałam o tym fakcie. Po około pół roku od wysłania zgłoszenia przyjechał do nas szwagier i podczas naszego spotkania zadzwonił jego telefon (nadmienię, że zmieniając telefon, oddałam mu ten, który podałam w CV). Odbiera rozmowę, widzę jego zdziwioną minę i nagle oddaje mi słuchawkę. Słucham, a po drugiej stronie, miła pani zaprasza mnie na rozmowę o pracę. I tak, w telegraficznym skrócie, trafiłam do Komandora.



MOIM ZDANIEM

Reklama powinna budzić zainteresowanie, zastanawiać, budować emocje i wywoływać chęć posiadania. Jaka była najdziwniejsza realizacja, jaką widziałas?

Przyznam, że nie widziałam czegoś, co mogłoby nosić miano najdziwniejszej realizacji, bo rozumiem, że chodzi tu o drzwi przesuwne? Sama wykorzystywałam w sesjach czy na targach zaskakujące rozwiązania np. szafa pięciometrowa z lustrzanymi plecami. Dlatego nic mnie nie dziwi.

Co według Ciebie ma większą siłę przebicia – bardzo dobra reklama czy rekomendacje od znajomych?

W sumie to zależy jak na to spojrzeć. Dobra reklama generuje chęć posiadania produktu. Ale za reklamą musi iść świetna jakość i obsługa. I tu wkracza rekomendacja. Każdy, kto jest zadowolony z produktu, zazwyczaj chętnie o tym opowiada i wzbudza chęć posiadania tego produktu u swoich znajomych. Wychodzi na to, że zarówno reklama, jak i rekomendacje są bardzo istotne i że razem prowadzą do osiągnięcia sukcesu.

Po latach królowania drzwi przesuwnych nadeszła zmiana. Jak sadzisz, dlaczego klienci coraz częściej decydują się na drzwi uchylne zamiast przesuwnych?

Ciężko mi na to pytanie odpowiedzieć. Nie mam do czynienia bezpośredniego z klientami. Jeśli występuje takie zjawisko, to może trzeba szukać odpowiedzi w aktualnych trendach?

POKŁADY KREATYWNOŚCI

Wizerunek marki a rzeczywistość – jak działania działu reklamy mobilizują rynek do zmian i motywują klientów?

Odpowiedni wizerunek firmy/marki pobudza chęć posiadania jej produktów u klienta. Pamiętam pierwsze sesje. Wprowadziłam wtedy na rynek kilka zdjęć w totalnie nowej odsłonie. Ze standardu, który był wszechobecny do wyrafinowanych, designerskich rozwiązań. Komandor był rozchwytywany przez pisma branżowe i lifestylowe. Jak patrzę na zdjęcia, które zrobiłam 20 lat temu, to mam uśmiech na twarzy. Duża ich część jest ponadczasowa. Przez niezawodny produkt i zdjęcia sesyjne, firma zyskała miano premium. Pobudziliśmy w klientach chęć posiadania zabudowy Komandor. Jeżeli były to nawet niewielkie realizacje, to prestiż był duży. Sygnowanie logotypem miało też swoją wagę. Jako firma nie stoimy w miejscu. Obserwujemy trendy, wsłuchujemy się w potrzeby klientów i wprowadzamy nowe rozwiązania.

Tworzenie to proces, który składa się z kilku etapów. Na każdym z nich ważna jest kreatywność. Jak to jest u Ciebie, w jaki sposób pobudzasz swoją kreatywność?

Bardzo naturalnie, to wypływa ze środka. To jest proces, który w sumie niedawno przypisałam pobudzaniu kreatywności, a towarzyszy mi odkąd pamiętam, a nawet wcześniej. Opowiadania mamy o moich poczynaniach zawsze mnie doprowadzają do śmiechu i lekkiego zdziwienia, że małe dziecko może zrobić takie rzeczy. Generalnie chodzi o obcowanie ze sobą, z naturą, z ludźmi. Obserwacja, analiza, łączenie i tworzenie. Ogólnie chodzi o postrzeganie.





**Tworzenie stoiska targowego
(...) to jest taki sam proces jak
tworzenie obrazu czy rzeźby.
W sumie to też jest pewnego
rodzaju sztuka, sztuka
użytkowa. Wizualna oprawa
stoiska jest efektem kierunku,
który wybiera firma, aby siebie
zaprezentować.**

Monika Szczęsny

Stworzyłaś i widziałaś wiele reklam. Jaka, według Ciebie, była najciekawsza forma reklamy Komandora na przestrzeni lat, o której warto wspomnieć?

Hmm najciekawsza forma...? Nie mogę wskazać konkretnej, bo każda forma reklamy jest uzależniona od przekazu, jaki ma nieść. Raz to będzie festyn z wszechobecnym logo, raz plakaty, ulotki, katalogi. Drugim razem sponsoring w TV czy reklama w radio. Każda forma jest ciekawa, jeśli trafia do odpowiedniej grupy i ilości odbiorców.

Jesteś autorką wielu projektów stoisk targowych Komandora przygotowanych na przestrzeni lat. Który z nich uważasz za najbardziej udany?

Może zabrzmiałoby to nieskromnie, ale uważam, że wszystkie stoiska były udane. W końcu taki był zamysł: pokazać firmę z jak najlepszej strony. Moją rolą było i jest, zaprezentowanie Komandora w jak najnowocześniejszy sposób. Na przestrzeni lat nie znajdzie się stoisko, które było wystawiane w latach poprzednich. Do każdego podchodzę indywidualnie pod względem artystycznym.

Projektowanie stoiska, to jest taki sam proces jak tworzenie obrazu czy rzeźby. W sumie to też jest pewnego rodzaju sztuka - sztuka użytkowa. Wizualna oprawa stoiska jest efektem kierunku, który obiera firma, aby siebie zaprezentować czy to w Polsce, czy za granicą. Proces powstawania i przygotowania targów jest długi i bardzo intensywny. Gdybym miała wskazać któryś projekt, to mam dwa, które uważam za ciekawe i odważne: POZNAŃ 2008 i KOLONIA 2019. Pierwszy, niekonwencjonalna forma zaprezentowania naszych produktów. Wybieg jak w pokazach mody, tylko dla „modelek w bezruchu” albo jeszcze inne porównanie, eksponaty muzealne we wnętrzu Glamour. Kolonia natomiast to projekt pełen nowości, wyrafinowany pod względem kolorystyki i materiałów. Mój autorski pomysł na wejście: czterometrowa na wysokość, świecąca litera K - intrygująca, a zarazem przyciągająca. Kontynuacją Kolonii 2019 były Targi Warsaw Home, gdzie wykorzystaliśmy kilka, a dokładnie trzy zabudowy z Kolonii. Jednak mimo to stoiska różniły się znacząco.



TO MNIE INSPI RUJE

**Może się zdarzyć,
że urodziłaś się bez skrzydeł,
ale najważniejsze,
żebyś nie przeszkadzała im
wyrósnać**

Coco Chanel

***Skąd czerpiesz inspiracje do swoich prac?
Co wewnętrznie Cię motywuje do
działania, a co Ci przeszkadza lub
demotywuje?***

Inspiracje czerpię z życia. Inne inspiracje miałam 30 lat temu, a inne dziś. To, co kiedyś było ważne, dziś jest w moim przekonaniu bardzo błahe. Dzisiaj interesuje mnie rozwój duchowy, mentalny. Sprawy materialne zeszły na plan dalszy (co 30 lat temu było priorytetem). Spokój, wyciszenie, balans to jest dla mnie bardzo istotne i właśnie to motywuje mnie do działania. Kiedy jestem w harmonii z naturą, w harmonii z samą sobą, w harmonii z otoczeniem mogę tworzyć. Przeszkodą w osiągnięciu tego jest strach, który zdominował dzisiejszy świat. Staram się go wypierać. Jest piękny cytat Coco Chanel, który daje odpowiedź na to pytanie: „Może się zdarzyć, że urodziłaś się bez skrzydeł, ale najważniejsze, żebyś nie przeszkadzała im wyrósnać” i towarzyszy mi od dawna.



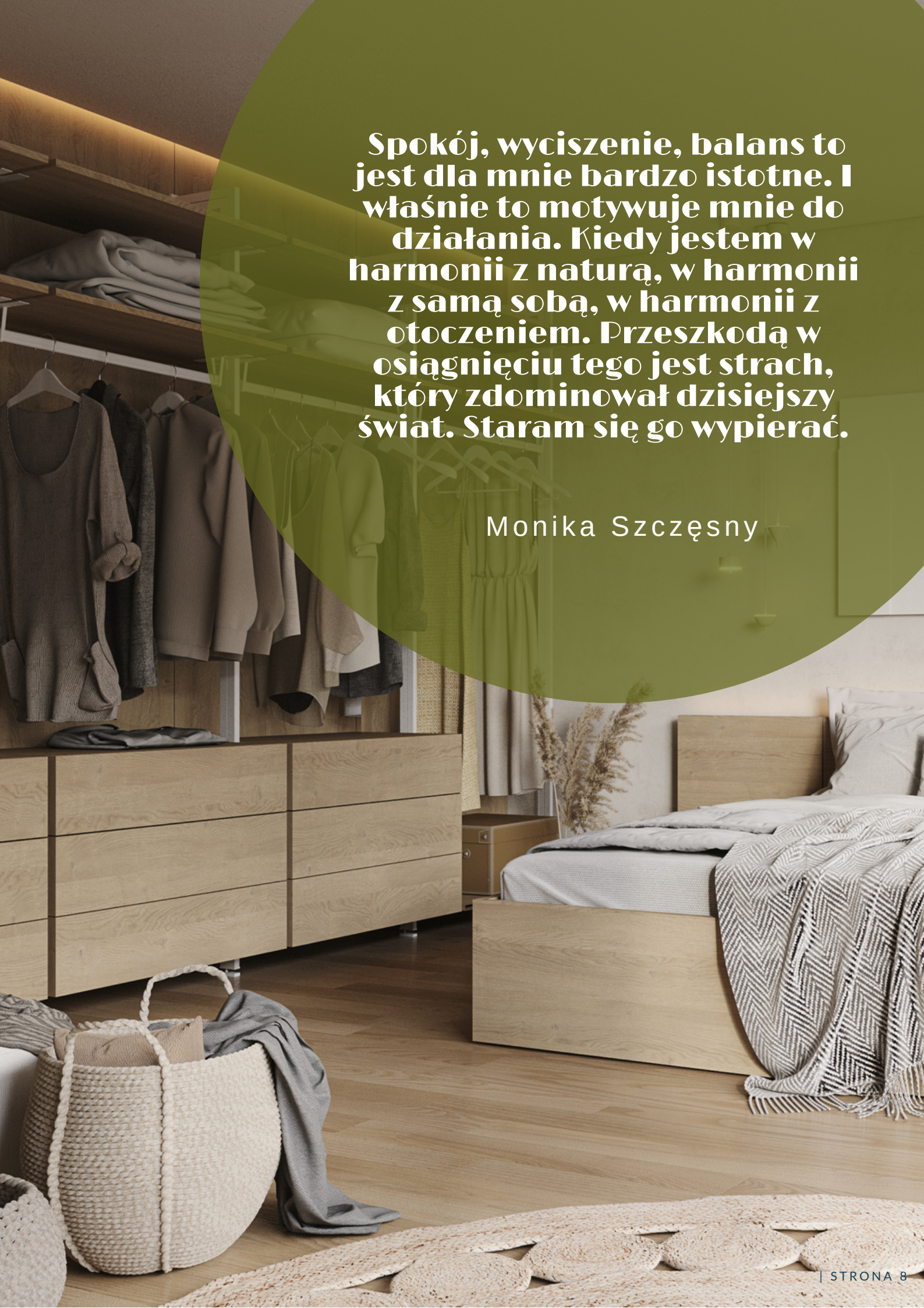
Pytanie, które nie powinno być dla Ciebie zaskoczeniem i zapewne jesteś dobrze przygotowana. Czy masz w domu szafę Komandor, a jeśli tak, to od jak dawna?

Wcale nie musiałam się do niego przygotowywać. To chyba jedno z łatwiejszych pytań w tej rozmowie. Tak mam, nawet dwie szafy. Jedną w sypialni, drugą w pokoju syna. Są z nami od 2005 roku i systemy w nich działają bez zarzutu. Nawet ich design wpasowuje się w drobne zmiany stylistyczne.



Czy masz swój ulubiony styl aranżacji wnętrza, w którym czujesz się dobrze i w nim tkwisz, czy jednak wolisz zmiany i często przemeblowujesz swoje otoczenie?

Hmm. Mam to szczęście, że praca daje mi możliwość wyżycia się w tej materii. A że proces zmian aranżacji, w moim przypadku, nie skończyłby się tylko na dodatkach, to zmiany mojego domu nie są tak częste. Nie ukrywam, byłam fanką zimnego minimalizmu dosyć długo. Było to również powiązane z trybem życia. Dzisiaj, kiedy syn już ma swoją rodzinę, my z mężem trochę spowolniliśmy tempo i ważną rolę zaczęła odgrywać przestrzeń wokół nas. Ma być przytulnie, wygodnie i smacznie dla oka. Czy mogę nazwać ten styl? Chyba nie, ponieważ to połączenie kilku stylów. A materiały, które dominują, to drewno, beton, len, skóra. Kocham kwiaty, ale niestety nie mam do nich ręki, zresztą w domu są koty, a większość roślin, które chciałabym mieć, jest dla nich trująca.



Spokój, wyciszenie, balans to jest dla mnie bardzo istotne. I właśnie to motywuje mnie do działania. Kiedy jestem w harmonii z naturą, w harmonii z samą sobą, w harmonii z otoczeniem. Przeszkodą w osiągnięciu tego jest strach, który zdominował dzisiejszy świat. Staram się go wypierać.

Monika Szczęsny



MOJE PASJE

Tak kreatywna osoba na pewno ma wiele pasji. Jakie jest Twoje hobby, co lubisz robić i jak odpoczywasz - czyli jak wygląda życie „poza” firmą?



To pytanie jest szerokie. Gdybym chciała opisać moje zainteresowania, pewnie powstałaby książka. Tak w telegraficznym skrócie. Moją największą pasją jest sztuka w ogólnym znaczeniu. Składają się na nią muzyka, plastyka, poezja, teatr wszystko to, co jest pokarmem dla duszy. Sztuka jest wszechobecna w moim życiu. Z dzieciństwa dobrze pamiętam spotkania ze znajomymi artystami w domu rodziców, pamiętam sztalugi z obrazami mamy, zapach terpentyny i farb olejnych. Pamiętam lekcje, które dawała mi mama, tłumacząc zasady kompozycji. Wszystko to ukształtowało moje patrzenie na świat. Okazuje się, że to, jak postrzegam otoczenie, różni się od tego, jak postrzega je większość. Krąży w firmie anegdota, że śnieg nie jest biały. Kiedyś dałam koledze wykład na temat koloru śniegu i dowiedział się, ile kolorów ma śnieg. No to jedna strona mnie, a druga ta bardziej „normalna”. Jestem zapaloną kibicką żużla od dobrych 10 lat. Uwielbiam podróże motocyklem. Najdłuższa i najbardziej egzotyczna, to ta z Radomia do Maroka. Mam cudowne dwa koty, które wymagają ciągłej uwagi, zatem odpoczywanie to u mnie stan, do którego dążę, ale rzadko go osiągam, no bo niestety zawsze coś się dzieje. A tak na poważnie odpoczywam na łonie natury. Spacery po lesie, praca na ranczo, wycieczki motocyklowe w sezonie letnim, to wszystko sprawia, że głowa się oczyszcza, dystansuje. Czasami, ale bardzo rzadko, zdarzy się tzw. nicnierobienie, które wbrew pozorom jest bardzo twórcze.