

Od ličarske delavnice do Lexusa

Nekatere podjetniške zgodbe se pišejo po uhojenih poteh, druge pa nastanejo iz čistega potrpljenja, delavnosti in neomajne vere v uspeh. Zdenko Fridau, direktor in lastnik podjetja AC Fri-Mobil, spada med tiste podjetnike, ki so iz nič ustvarili vrhunsko poslovno zgodbo. Nekdanji rokometas in avtoličar je skozi desetletja zgradil enega najbolj prepoznavnih avtomobilskih centrov v Savinjski regiji. Danes v Celju zastopajo znamke Toyota, Suzuki in Isuzu, z oktobrom pa uradno odpirajo vrata še prestižnemu Lexusu.

Miran Varga



Vsebinsko omogoča Toyota Slovenija.

Vaša pot se je začela na rokometnem igrišču in nadaljevala v ličarski delavnici. Kako je športni duh oblikoval vašo podjetniško miselnost in katere lekcije z igrišča še danes prenašate v pisarno?

V mladosti sem se aktivno ukvarjal z rokometom, blizu so mi bili tudi avtomobili. Že kot 16-letnik pa sem v nekdanjem Avto Celju začel delati kot vajenec, kmalu nato odprl svoj s. p. in stopil na podjetniško pot. Ta pot ni bila vedno lahka – s sodelavci smo se soočili z marsikaterim izzivom, da smo danes tu, kjer smo. Z rokometnega igrišča pa sem odnesel lekcijo, ki drži kot pribita: sam ne moreš uspeti, pa če si še tako dober. Potrebuješ ekipo, sodelavce, ki dihaajo, mislijo in delajo za isti cilj ter skupen uspeh. Enako požrtvovalno. Vsi člani so pomembni. Sedaj kot podjetje poskušamo skupaj s Toyota Slovenija vračati lokalnemu okolju in športu tudi tako, da sponzoriramo celjski rokometni klub.

Iz nič ste ustvarili izjemno zgodbo. Kaj je bila tista ključna gonilna sila, ki vas je gnala naprej tudi v najbolj zahtevnih trenutkih?

Skozi desetletja sem zbral ogromno izkušenj in se soočil z mnogimi preizkušnjami. Vedno sem uporabil, kot pogosto rečem, »ZKP« oziroma zdravo kmečko pamet. Skratka pristop brez odvečnega filozofiranja. Iskreno sem verjel, da nam mora uspeti, če delamo dobro. Seveda so vedno potrebni tudi temeljit razmislek o situaciji, proaktivnost, reševanje problemov takoj, ko nastanejo, pa tudi kanček sreče.

Danes v poslovnem svetu pogosto prevladujejo kompleksne analize, vi pa stavite na intuicijo. Se spomnite trenutka, ko vas je prav ta rešila ali pripeljala do prelomnega uspeha?

Da, zelo dobro se spomnim takšne situacije. Na začetku delovanja podjetja AC Fri-Mobil smo bili zastopnik za Chevrolet. Po dveh letih delovanja v najemniških prostorih smo kupili sedanjo poslovno zgradbo. Nakup je bil za nas ogromen zalogaj, a le tako smo lahko nadaljevali poslovanje. Le nekaj mesecev po vselitvi pa nas je šokiralo obvestilo uvoznika, da Chevrolet zapušča Evropo, da nam ostaja le še nekaj mesecev sodelovanja in da vozil ne bodo več dobavljali.

Šok je bil ogromen, a sem se takoj odzval. Začel sem iskati nove partnerje, se povezal s predstavništvom Suzukija, ki je ravno takrat na novo postavljalo prodajno mrežo, obenem pa smo poslali pismo Toyota Adrii, ki je prav v tistem času zaključevala sodelovanje z dotedanjim celjskim trgovcem. V nobenem trenutku nisem izgubil vere v uspeh. Vse ostalo je zgodovina. Dolgoletno sodelovanje z obema znamkama, ki smo jima dodali še Isuzu in sedaj Lexus, dokazuje, da smo se odločili prav.

Toyotina filozofija kaizen pomeni nenehno izboljševanje, korak za korakom. Kako to filozofijo živite v AC Fri-Mobilu?

Kaizen se pri nas izraža tako v velikih izboljšavah kot v najmanjših podrobnostih. Naš največji kaizen doslej je zagotovo obsežna naložba v popolno pre-

novo naše poslovne zgradbe: zgradili smo nov Lexus salon, povsem prenovili salona Toyote in Suzukija, povečali in posodobili servisno delavnico z vso pripadajočo infrastrukturo, uredili skladišče nadomestnih delov ter pnevmatik, prenovili kleparsko-ličarsko delavnico ter postavili moderno pralnico vozil in poseben prostor za rabljena vozila. Uredili smo tudi sodobne prostore za zaposlene.

Z rokometnega igrišča imam lekcijo, ki drži kot pribita: sam ne moreš uspeti, pa če si še tako dober. Potrebuješ ekipo, ki diha za isti cilj.

To je bil ogromen korak naprej, sedaj pa nadaljujemo z manjšimi, vsakodnevnimi kaizen koraki: z nenehnim usposabljanjem zaposlenih, optimizacijo poslovnih procesov, delom na medsebojnih odnosih, utrjevanjem timskega dela in opolnomočenjem novozaposlenih, da so takoj motivirani za delo itd.

Kako usklajujete svojo osebno ambicioznost z umirjeno, premišljeno japonsko poslovno filozofijo?

Moje ideje so neusahljive. Veliko sem jih že uresničil, z novimi pa se bo v prihodnosti ukvarjala mlajša generacija, ki je že aktivno vpeta v posel – nenazadnje smo družinsko podjetje. Ne bi rekel, da moja energija ne gre skupaj z japonsko premišljenostjo, saj nisem zaletav. Časi zahtevajo, da vsako poslovno potezo temeljito prehtamo. Upam si trditi, da vsa ta japonska načela napredka z majhnimi koraki, timskega dela, spoštovanja in iskanja vzrokov problemov pri izvoru popolnoma sovpadajo z mojimi osebnimi prepričanji.

Sedaj odpirate novo poglavje z znamko Lexus. Zakaj prav Lexus in kaj vam osebno pomeni ta znamka?

Lexus je posebna zgodba. Znamko poznamo že dolgo, z njo smo se na kratko srečali že pred leti. Želje, da bi imeli salon in servis za Lexus ter postali enakopraven partner v tej zgodbi, nisem nikoli opustil. Toyota Adria nam je po dolgotrajnih pogovorih in usklajevanjih kot uspešnemu prodajalcu na Štajerskem sedaj tudi zaupala to priložnost.

Zakaj Lexus? Ker je sinonim za lepe, tehnološko, oblikovno in kakovostno vrhunske avtomobile, ki jih vozijo ljudje s posebnim občutkom za podrobnosti. Dodal bi še, da je Lexus v Sloveniji po krivici manj množičen kot ostale premijske znamke. To si bomo v prihodnjih letih močno prizadevali spremeniti. Verjamem, da se zgodba Lexusa v Sloveniji šele dobro začneja.

Lexus slovi po konceptu omotenashi – pristnem japonskem gostoljubju. Kako to izkušnjo prenašate v celjski salon?

V sklopu Avtocentra Fri-Mobil smo salon Lexus Celje zastavili kot prav posebno izkušnjo. Že sam ambient odstopa od klasičnih avtomobilskih salonov, saj je ustvarjen s pridihom domačnosti. Stranke sprejmemo z izjemno pozornostjo in poudarkom na podrobnostih, ki na koncu štejejo največ. Seveda pa nas pri predstavitvi vozil vodita strokovnost in dolgoletne izkušnje.

Kakšna je vaša vizija za AC Fri-Mobil v naslednjih letih? Kam bosta vaša intuicija in podjetnost peljali to zgodbo?

Kot sem omenil, smo družinsko podjetje in mlajša generacija je že zelo resno poprijela za delo. Sin Pascal in njegova partnerka Ema sta popolnoma vpeta v poslovanje ter prevzemata vedno več nalog in vlog. Prav Lexus je bil tudi njuna velika želja in verjamem, da bosta zavzeto nadaljevala pot, ki smo jo zastavili. Na mladih svet stoji in s svojo inovativnostjo bosta poskrbela, da bo Lexusova zgodba v Celju cvetela. Moje izkušnje in znanje pa so tu zato, da bo pot vseh sodelavcev lažja in bolj obvladljiva.

