

FG FORREST, a.s.



Radovan Jelen, ředitel FG Forrest, a.s.

„Zamilovali jsme si Forresta Gumpa a jeho neobyčejný příběh. A rozhodli jsme se, že chceme od života to samé. Dělat něco nového, co do té doby ještě nikdo jiný nevyzkoušel.“

JMÉNO SPOLEČNOSTI (dle OR):	FG Forrest, a.s.
MAJITEL:	91 procent zakladatel firmy Kamil Kožíšek, 9 procent ostatní akcionáři
ZALOŽENÍ:	1996
PŮSOBIŠTĚ:	Praha, Hradec Králové, Náchod
POČET ZAMĚSTNANCŮ:	55
SEGMENT TRHU:	Informační technologie, tvorba webů, on-line marketing
EXPORT:	2,9 milionů Kč
OCENĚNÍ:	Více než 40 oborových ocenění za posledních 10 let. Mimo jiné WebTop100, Internet Effectiveness Awards, Zlatý Středník.
OBRAT SPOLEČNOSTI (2015):	70 milionů Kč
OBRAT SPOLEČNOSTI (2006-2015):	567 milionů Kč



CHCEME ŽÍT JAKO FORREST GUMP. Stále dělat něco nového a naplno

„Zamilovali jsme si Forresta Gumpa a jeho neobyčejný příběh. A rozhodli jsme se, že chceme od života to samé. Dělat něco nového, co do té doby ještě nikdo jiný nevyzkoušel. A do všeho jít naplno, i když nikdy nevíte, co přijde dál. A tak jsme v roce 1996 založili malou společnost, tehdy s názvem Forrest Gump. Ve sklepě v Hronově jsme začali vyrábět multimediální cedéčka. Tehdy to byl obrovský hit. A když pak začal internet, byli jsme u nás první, kteří mohli klientům něco konkrétního nabídnout,“ vypráví Kamil

„Forrest“ Kožíšek, zakladatel společnosti FG Forrest, jak firma přišla ke svému neobvyklému jménu.

„V roce 1996 jsme začínali ve sklepě bez oken. Takové období temna...“

„Tehdy stačilo být trochu kreativní, vyznat se v počítačích a hned jste byli na trhu žádání. Za krátkou dobu jsme získali tolik



Sídlo společnosti v Praze 8

FG FORREST, a.s. – KLÍČOVÉ OKAMŽIKY SPOLEČNOSTI



1996 – FG FORREST VZNIKÁ JAKO MALÁ FIRMIČKA VE SKLEPĚ V HRONOVĚ.
Začíná vyrábět a prodávat multimediální cedéčka.



1999 – DOSTÁVAJÍ PRVNÍ ZAKÁZKU NA VÝROBU WEBOVÝCH STRÁNEK OD SPOLEČNOSTI McDonald's.

Současně otevírají první pobočku v Praze.



Kreativci při práci

klientů, že jsme museli brzo nabírat další spolupracovníky. Dnes jich máme desítky,“ pokračuje Kamil Kožíšek.

Prvním zákazníkem jsou McDonald's

FG Forrest začíná jako klasická garážovka devadesátých let. Snaží se prosadit s nabídkou cedéček. Firmy je tehdy používají jako digitální vizitky, které se dají pustit na počítači.

„V roce 1996 to byl spíše sklep bez oken než garáž. Říkali jsme mu kostka a určitě byl tenkrát zdarma. Bylo to pro nás takové období temna, a to i z pohledu podnikání.

Ve stejném roce vznikl Seznam.cz a tím se i firmy začaly zajímat o vlastní webové stránky,“ vzpomíná Radovan Jelen, ředitel společnosti.

V roce 1998 vytváří FG Forrest své webové stránky a začíná se profilovat jako internetová agentura, nabízející klientům i reklamním společnostem kromě CD nově i weby. Včas odhadují trend, že se 90 procent firemní komunikace bude odehrávat online. Tehdy to zní jako sci-fi, dnes je to samozřejmost. Přesto jim po měsících oslovování pouze jediná agentura svěřuje tvorbu svého webu. Ale je to rovnou McDonald's.

FG FORREST, a.s. – KLÍČOVÉ OKAMŽIKY SPOLEČNOSTI



2001 – AKVIZICE DALŠÍCH VÝZNAMNÝCH KLIENTŮ, jako například Komerční banka, T-Mobile či později skupina ČEZ.



2003 – ZMĚNA NÁZVU SPOLEČNOSTI z dřívějšího Forrest Gump na FG Forrest.



Tým společnosti FG FORREST si užívá chvíle volna

Klienti jim zůstávají věrní

Po přelomu milénia banky vyvíjejí první aplikace pro internetové bankovníctví. A k tomu jsou nutné korporátní prezentace v online režimu. Během krátké doby tak firma pracuje pro GE Capital Bank, Živnostenskou banku a Komerční banku. Další velkou skupinou zákazníků začínají tvořit telekomunikační operátoři. FG Forrest více než 10 let pracuje postupně pro Vodafone a T-Mobile.

Nejsou jediní. Většina klientů s FG Forrest spolupracuje v průměru 10 let, ačkoliv běžně mění společnost své agentury už po 3 letech. V čem spočívá umění udržet si je?

„Oproti světovým hráčům na poli digitálních médií jsme poměrně úzce specializovaní. Klientovi poskytujeme pouze to, co potřebuje, aby úspěšně rozvíjel svůj byznys. Náš systém přizpůsobujeme zákazníkovi,

*„Jen jediná agentura nám
svěřila tvorbu svého webu.
Ale byl to McDonald's...“*

kdežto velké firmy ohýbají zákazníka, aby jim zapadl do už existujících řešení. Výsledkem je, že 90 procent našich tržeb tvoří stávající klienti a každý rok přibíráme jen takové projekty, na které kapacitně stačíme. Jedině



Web pro McDonald's v roce 1999 byla první skutečně velká zakázka

tak můžeme dlouhodobě garantovat kvalitu,” prozrazuje Radovan Jelen klíč k udržení zákazníků.

Jednoduché weby generují i miliony denně

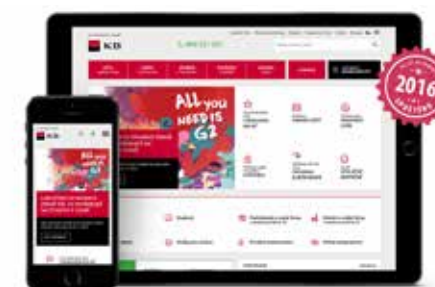
A jedním dechem přiznává, že když klikne na nějaké internetové stránky, kromě obsahu hned začne odborným okem měřit i jejich vzhled a celkovou přehlednost. Trochu profesionální deformace, ale není divu.

Stojí v čele jedné z našich největších internetových agentur, která letos oslaví 20 let své existence. Za tu dobu se „Forresti“ mohou pochlubit klienty zvučných jmen a řadou ocenění v prestižních soutěžích.

Funkčnost, rychlost, přehlednost. Tak

*„Klienti s námi spolupracují
průměrně 10 let. Jinde je
to tak 3 roky.“*

zní jejich recept, jak se dlouhodobě udržet na špici. „Typický uživatel si chce prohlédnout weby nejen na klasickém PC, ale i na tabletu či mobilu. Požaduje co nejrychleji získat očekávané informace a chce je v co nejjednodušší podobě,” pokračuje Radovan Jelen.



I Komerční banka svěřila „Forrestům“ své stránky

Tomu se ve web developmentu věnují specialisté – obsahoví stratégové, designéři na použitelnost webů, grafici a programátoři. Tvorba části webu určené pro uživatele je však jen část z celého projektu. Ta technická, která není vidět, je přitom mnohem rozsáhlejší.

„Technologicky dobře zpracovaný web neslouží pouze jako pěkná prezentace, ale může zákazníkovi výrazně pomoci zvýšit tržby i v jeho podnikání. Nejlépe to mohu ukázat na našich nedávných projektech www.fraus.cz nebo www.slevovypredaj.cz. Takové weby vypadají velmi jednoduše a přitom generují denní tržby až v jednotkách milionů korun,” dodává.

Čtvrtina zisku jde zaměstnancům

Na jednom webovém projektu pracuje najednou třeba sedm i více firemních specialistů. Jde o rychlou, náročnou a především týmovou spolupráci, kde najít ideálního kolegu je hodně složité. Proto se firma rozhodla mít vlastní tým a s externisty, až na výjimky, moc nespolečuje.

„Letos se navíc situace na trhu práce hodně změnila a najít jednoho dobrého vývojáře trvá řadu měsíců. Máme štěstí na špičkové zaměstnance, kteří jsou respektováni komunitou ve svém oboru. Pokud si navíc ještě všichni

FG FORREST, a.s. – KLÍČOVÉ OKAMŽIKY SPOLEČNOSTI



2006 – ZALOŽENÍ Pobočky FG FORREST V HRADCI KRÁLOVÉ.

Tou dobou se již firma zařazuje mezi nejvýznamnější na trhu ve svém oboru.



2016 – FG FORREST INVESTUJE DO PROJEKTU CLEVERMONITOR.COM.

O rok dříve rozjíždí start-upy letenkysnadno.cz, monkey-tracker.cz a další.

interně „sednou“ lidsky, tak je to ten správný základ našeho úspěchu,” říká Kamil Kožíšek.

Jeho heslem je, aby lidi práce bavila, přičemž zisk prý není zase až tak důležitý. Odpověď na otázku ankety, kterou nedávno dělal mezi zaměstnanci, zněla nejčastěji (byť v různých podobách) takto: „Mám možnost pracovat na projektech, které si sám vymyslím a mohu být u nich až do jejich spuštění.

A to všechno s kolegy, se kterými chci spolupracovat“.

„Hrdost na své projekty, to je ta pravá motivace. Když pak obdržíme ještě nějaké odborné ocenění, kterých máme za ty roky přes padesát, tak je to jen příjemný bonus navíc. Ale i zisk pečlivě sledujeme, protože jeho čtvrtinu na konci roku rozdělujeme mezi zaměstnance,” uzavírá Kamil Kožíšek.

„Řídit internetovou agenturu je jako běh na 400 metrů,” tvrdí Radovan Jelen, ředitel FG Forrest, a.s.

S pingpongovou pálkou v ruce to Radovan Jelen válí v dokumentárním seriálu České televize Mapa úspěchu. Stejně jako Forrest Gump v nezapomenutelné scéně stejnojmenného filmu, kdy jeho neuvěřitelným kreacím za zeleným stolem dávají přednost všichni přítomní před sledováním prvních kroků Neila Armstronga na Měsíci, právě živě přenášeny televizí v místnosti.

Sportujete, nebo to byla jen show pro kamery?

Jedenáct let jsem běhal závodně čtvrtku, teď běhám už jen pro zdraví a dobrý pocit. Ale řekl bych, že řídit internetovou agenturu

je jako běh na 400 m. Žádný rychlý výsledek bez dlouhodobé dřiny, ale vytrvalost a stálý výkon na 100 procent.

I ve firmě se snažíme společně relaxovat a potkávat se i mimo práci. Letos jsme sjížděli Vltavu na raftech, vyšli na Sněžku, jezdíme pravidelně na cyklovýlety, běháme...

Úspěch v podnikání se ale rodí hlavně v práci. Jaký je váš recept?

Schopnost rychle se přizpůsobit. Před dvaceti lety nikdo nevěřil, že se bude internet využívat masově. My jsme včas odhalili trend, že se brzy bude většina tržní komunikace odehrávat online. Viděli jsme takzvané

až za roh, což je princip, kterým se řídíme. Neustále se objevují nové trendy a my je musíme nejen sledovat, ale také je umět rychle nasadit do reálných projektů. A budování dlouhodobých vztahů. Zakládáme si na dobrých vztazích s klienty i s vlastními zaměstnanci. S některými spolupracujeme i více než deset let.

Které hodnoty v podnikání Vaše společnost zastává?

Řeknu Vám to v pěti bodech. 1. *Vše od jednoho dodavatele.* Tvorba webů je víceoborová záležitost. Potřebujete grafika, programátora, někoho, kdo napíše texty atd. My dodáváme weby jako kompletní balíček. 2. *Vývoj vlastních produktů.* Pro svoje weby vyvíjíme vlastní platformy, aplikace, redakční systém apod. a nespolehneme se na funkčnost produktů od jiných firem. 3. *Kombinace technologií s kreativitou.* Chceme se odlišit kreativními návrhy a zpracováním webů podle aktuálních trendů. Zároveň je naší prioritou, aby byl celý web nebo software přehledný a uživatelsky přívětivý. 4. *Realizace*

„Viděli jsme za roh, věřili, že on-line komunikace bude masovou záležitostí.“



„Schopnost rychle se přizpůsobit,” to je podle Radovana Jelena tajemství jejich úspěchu

projektů „in house“. Vychováváme si svoje lidi, zaměstnáváme vlastní odborníky, které neprodeáváme. 5. *Prokazatelně návratné řešení.* Všechny naše weby musí mít měřitelnou návratnost.

Je motto FG Forrest stručnější?

Ano, zní: *Dlouhodobě úspěšné weby.* Ačkoliv e-commerce a online marketing jsou hodně propíranými pojmy, web zůstává na prvním místě. Web je klíčovým produktem, který je začátkem a nepostradatelnou součástí každého projektu. Bez webu a internetového prostředí se nemá online byznys kde odehrávat.

5 TAJEMSTVÍ ÚSPĚCHU

DOSTATEK VOLNOSTI.

Zaměstnanci mají pružnou pracovní dobu, firemní data jsou jim přístupná odkudkoliv, mohou tedy pracovat, odkud chtějí. Musí být „pouze“ loajální k „deadlinům“ a k firmě.

SPOKOJENÍ ZAMĚSTNANCI.

Firemní kultura je založená na rovnováze mezi osobním a pracovním životem. V FG Forrest dbají na to, aby pracovní prostředí nepůsobilo sterilně, společně například i sportují.

SOUNÁLEŽITOST

S PROJEKTEM. Každý, kdo na projektu pracuje, se ho účastní od začátku do konce. Chtějí, aby jejich lidé viděli ve své práci smysl prostřednictvím svých vlastních výsledků na projektu.

5 TAJEMSTVÍ ÚSPĚCHU

ŘEŠENÍ ŠITÁ NA MÍRU. Řešení webu přizpůsobují požadavkům klienta a nikdy nepřizpůsobují klienta webové platformě, která se osvědčila u jiného projektu.

MĚRITELNÉ VÝSLEDKY. Každý klient si může online ověřit návratnost své investice. Analyzují provozované weby skrz naskrz a závěry využívají k jejich kontinuálnímu vylepšování.