

Briga za brend, trgovca i potrošača



Shopper & Customer Marketing označava brigu za brend (proizvođač), za poslovnog partnera - trgovca (customer) i za kupca-potrošača (shopper). Esencija ove trodiobe je postići zadovoljstvo promotivnim aktivnostima za sve tri strane u procesu kupoprodaje naših robnih marki.

Razgovarala: Marija Sedlar

Naša sugovornica Andrea Penezić iz tvrtke Beiersdorf d.o.o. rođena je u Zagrebu, ali se obitelj nakon nekoliko godina preselila u obližnji Ivanić Grad gdje je odrasla i završila osnovnu školu i opću gimnaziju. Tijekom školovanja Andrea je otkrila ljubav prema stranim jezicima i strastveno

ih učila (engleski, njemački, francuski, talijanski,..). „Nakon gimnazije, logičan korak je bio odlazak na fakultet u Zagreb gdje sam na nagovor roditelja upisala Pravni fakultet. Kako sam kreativne prirode, sanjala sam o Studiju dizajna, ali me životni put odveo u svijet kozmetike. Tijekom Pravnog studija, radeći kao prodajni predstavnik direktne prodaje kozmetike (Zepter i Oriflame), otkrila sam strast prema preparativnoj kozmetici i važnosti njege kože lica i tijela, ali i stekla prva znanja prodajnog pregovaranja i prezentiranja. Shvaćajući kako neću biti sretna proučavajući pravne zavrslame i zakone, aplicirala sam na oglas za posao u Customer Service odjelu u Beiersdorfu koji je tada, 2000. godine, otvarao svoje predstavništvo u Zagrebu. U našoj kući je oduvijek postojala i koristila se NIVEA krema u plavoj limenci, a njen miris me i danas podsjeća na moju baku. Mama me na more uvijek slala s bočicom NIVEA mlijeka za zaštitu od sunca. Tako me i oglas za posao u kompaniji koja je proizvođač omiljenih proizvoda za kožu i emotivno privukao.“

DOLAZAK U BEIERSDORF

Važnost znanja stranih jezika pokazala se jednako značajnom pri dobivanju posla kao Tajnica odjela Financija i odjela Prodaje zbog mnogobrojnih stranih kolega, koji su sudjelovali u formiranju predstavništva prve godine poslovanja. Želja za stjecanjem novih poslovnih znanja navela je Andreu da završi jednogodišnje usavršavanje za Voditelja ureda u Poslovnoj izvrsnosti. „Smatrala sam da ono što radiš, bez obzira koji je posao, treba raditi najbolje što znaš i naučiti o njemu sve što možeš. Posao u Tajništvu bio je vrlo dinamičan zbog koordiniranja između mnogo ljudi na različitim pozicijama u poduzeću i izvan njega, ali prihvaćajući obveze s osmjehom, ništa nije predstavljalo problem. Kasnije sam radeći u Beiersdorfu istovremeno studirala i završila Stručni studij Poslovne ekonomije, smjer Trgovinsko poslovanje, na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Bila sam zahvalna što su mi moji nadređeni bili potpora tijekom studija i uvažavali moja izbivanja s posla zbog ispita i predavanja. Studiranje uz rad zapravo se pokazalo izvrsnom nadopunom i najboljim načinom povezivanja ekonomske teorije naučene na fakultetu s praksom i konkretnim poslovanjem na radnom mjestu, gdje su mi mnoge kolege nesebično prenosile svoje znanje.

Danas sama rado prenosim mlađim suradnicima svoje iskustvo i znanje. Mislim da od svake osobe koju sretnoš možeš ponešto naučiti, pa onda ne treba biti škrt ni u prenošenju svog znanja na druge“, poručuje Andrea. Prije 7 godina, unutar Beiersdorfa joj je pružena poslovna prilika koju je sa zadovoljstvom prihvatila - prelazak u odjel Trade Marketinga na poziciju Asistentice odjela, a zadnjih nekoliko godina Andrea radi na poziciji Shopper & Customer Marketing Manager. „Moja pozicija označava brigu za brend (proizvođač), za poslovnog partnera - trgovca (customer) i za kupca-potrošača (shopper). Esencija ove trodiobe je postići zadovoljstvo promotivnim aktivnostima za sve tri strane u procesu kupoprodaje naših robnih marki. Na tome se i temelje sve aktivnosti i izazovi koji proizlaze iz mog radnog mjesta. Osnovna odgovornost i zadaci kojima se bavim su POS podrška na mjestu prodaje lansiranja

novih i inovativnih proizvoda robnih marki NIVEA; Labello, Hansaplast i Atrix na hrvatskom tržištu.

U suradnji s marketinškom agencijom sudjelujem u kreiranju lokalnih i/ili implementaciji internacionalno zadanih promotivnih materijala. Zajednički pratimo internacionalni i do detalja razrađen lokalni promo plan aktivnosti u kojem sudjeluju svi odjeli, svaki u svom segmentu i dijelu odgovornosti (od nabave robe, unosa narudžbi kupaca, kontrole financija i naplate, pregovaranja s trgovcima, ATL i BTL podrške, itd.). Redovito pratim promotivne aktivnosti konkurencije i trendova na tržištu i mjesečno izvještavam sve odjele. Nekoliko puta godišnje organizirano s kolegama Key Account Managerima obilazim prodajna mjesta diljem Hrvatske. Važan dio mog rada su pred i post analize odrađenih promocija. Redovito sudjelujem na internim zajedničkim mjesečnim sastancima, kvartalnim regionalnim sastancima te pregovaranjima s trgovcima oko odrade promocija. Dio posla su i nagradne igre, a ponekad i instant win promocije.

Povremeno organiziram provođenje istraživanja trendova tržišta i ponašanja potrošača na prodajnim mjestima, što uključuje renomirane agencije za istraživanje tržišta i dogovor s trgovcima, vođenje interne radionice, sumiranje rezultata i zaključaka, koji su često baza za nove promotivne aktivnosti. Najdraži dio mog posla su osmišljavanje strategije i provedba, pa i manjih promotivnih projekata, osobito kada u konačnici pridonesu porastu prodaje i dobroj vidljivosti na prodajnom mjestu. Tada se njima ponosim, kao što bi se majke ponosile svojom uspješnom djecom."

