

„A sportág pörgését mindig magammal viszem az irodába, és ott lehetőségem adódik ugyanebben a ritmusban dolgozni, döntéseket hozni, feladatokat kiosztani.”

Számottevő különbség van a vidéki és a budapesti műszaki cikkek vásárlók között, egy marketingigazgatónak pedig minden apró változást érzékelnie kell. A sport és a mozgás szeretete az egész vállalatot jellemzi, az éves szinten 50 milliárd forintos árbevételt és 10-15 százalékos növekedést produkáló cégnél ez rendkívül fontos.

SZÖVEG VASS ENIKŐ

ÁLLANDÓ PÖRGÉS

Beszélgetés Dobos Katalinnal, az Euronics Kft. marketingigazgatójával

Az összes, üzletben megforduló terméket ismeri?

Sajnos nem, ez szinte képtelenség lenne, hiszen rengeteg műszaki termék fordul meg egy Euronics méretű vállalatnál. Vannak termékek – melyeket én is használok rendszeresen –, melyekről több információval rendelkezem, de vannak olyan cikkek is, ahol bajban lennék, ha én lennék az az értékesítő, akihez a vásárló fordul. Minden termék esetében azonban ismerem azokat a hívószavakat, melyek a vásárlók szempontjából fontosak, és amelyek eldöntik, hogy ezt vagy azt a terméket vásárolja az ember. Ez egy jó marketinges feladata.

Mekkora a cég üzlethálózata?

A vállalatnak 140 üzlete van országszerte, ennek nagy része vidéken, 10 üzlet pedig Budapesten található. A vidéki és a budapesti vásárlóközönséget vásárlóereje különbözteti meg, ezért termékkínálatunk is e szerint a földrajzi megoszlás szerint különbözik. Vidéken az olcsóbb termékeket keresik az emberek, Budapesten viszont a magasabb színvonalú, középkategóriás árucikkek fogynak a legjobban. Mivel üzlethálózatunk nagy része vidéken található, ezért marketingüzletünket elsősorban ezen vásárlók igénye alapján foglaltuk meg. Vidéken a szakértőkre van szükség, azokra az emberekre, akiket a vásárlók személyesen ismernek, megbíznak bennük, és tudják, hogy mindig



DOBOS KATALIN

Angoltanár-képző és testnevelés szakot végzett, ugyanakkor a külkereskedelmi marketingkommunikációs szak diplomása. Tíz éve dolgozik az Euronics műszaki áruházláncot üzemeltető cégeknél. A marketingszakember aktív használója az e-Link mobil vállalatirányítási rendszernek.

a számukra legjobb terméket fogják ajánlani. Ha bemennek egy üzletünkbe, akkor látható is a különbség: máshol még lasszóval sem lehet egy eladót fogni, nálunk biztos mindenki hamar megtalálja a kérdésére a választ.

Testnevelési főiskolát végzett. A sport, a mozgás szeretete azóta is megmaradt?

Persze. A műszaki világ egy gyorsan pörgő, változó univerzum, ahol gyorsan kell reagálni, ahol résen kell lenni, figyelni kell a konkurencia minden egyes lépését. Ehhez a szellemet és a testet is megfelelően karban kell tartani. A sport – legyen az tenisz, csoportos labdajáték, aerobik vagy fallabda – mindenképp segít formában maradni, és hozzájárul ahhoz, hogy a döntéseket kellően megalapozva és kellő gyorsasággal meg tudjam hozni.

Szeret teniszezni?

Mint említettem, minden sportolási formát kedvelek. Ám ha meg kellene nevezni egy kedvencet, akkor az a fallabda lenne. És nem azért, mert ez egy divatos sportág manapság, hanem azért, mert volt alkalmam hivatászerűen üzni, versenyeken vehettem részt. A tenisztől eltérően, ahol egy lassúbb ritmus és erőteljes ütések a jellemzőek, a squashban a gyorsaság és az erő is nagyon fontos. Összpontosítani kell a partner minden mozdulatára, hiszen ha jól megfigyeljük ellenfelünket, akkor már karjának lendítéséből

ki tudjuk számítani, hogy a labda hová fog pattanni, és így máris van időnk reagálni, elhelyezkedni a teremben. Emiatt úgy gondolom, a fallabda kivételesen alkalmas arra, hogy megismerjük partnerünket. Nemcsak barátaimmal, hanem ha alkalom adódik rá, üzleti partnereimmel is szeretek egy-egy fallabdameccset játszani, nagyon sok tulajdonosságukat ismerhetem meg így.

Nem térne vissza a teniszhez?

Az ember az első szerelméhez tér vissza mindig, és számomra a fallabda jelenti ezt az első szerelmet. A sportág pörgését mindig magammal viszem az irodába, és ott lehetőségem adódik ugyanebben a ritmusban dolgozni, döntéseket hozni, feladatokat kiosztani.

Hogy viszonyulnak a mozgáshoz a vállalatok belül?

Ha szabad ilyet mondani, a cég teljes vezetése teniszőrült, ezért az egész céget és a partnereinket is áthatja ez a sportág. Céges napok szervezésekor például nem hagyjuk ki ezt a lehetőséget, és teniszmeccsek sorozatát szervezzük meg. Az alkalmazottaknak is lehetőség adódik eme sportág üzésére, a cég vállalati juttatásként fizeti nekik a pályabérletet.

És élnek is ezzel a lehetőséggel az alkalmazottak?

Túlzás lenne azt mondani, hogy állandóan a pályán vannak, mert akkor ki dolgozna... A szabadidejüket azonban nagyon sokan szeretik teniszéssel tölteni.

Említette, hogy a gyorsaság fontos a cégnél. A gyorsaság szerepet játszott, amikor az e-link mobil vállalatirányítási rendszert vezették be cégüknél?

Határozottan. A rendszer bevezetése még nem teljes, a munkát még csak tavaly kezdtük el. Az e-Link révén lehetőségünk adódik, hogy naprakész, megalapozott döntéseket hozzunk, hogy tudjuk mindig, hogy milyen termékből mennyi fogyott, mire van még szükség, mi az, amit biztos nem kell rendelni az elkövetkező időben. A rendszer biztosítja, hogy naprakészek vagyunk, gyorsak vagyunk, és a konkurenciát is megelőzzük – ez mind-mind fontos egy ilyen kiélezett világban.

Sokat dolgoztunk azért,
hogy az Ön vállalkozása
sikeres lehessen...



Használja fel
tapasztalatainkat!



*mintaadatok

www.elink.hu

e-Link®
mobil vállalatirányítási rendszer