

Szamorájelvek és -módszerek a XXI. századi vállalatvezetésben

E címmel ajánlottam a Karrier és Stílus legújabb szakmai fórumának fő üzenetét a potenciális résztvevőknek. A végeredmény azt mutatja, sikerrel.

Tudjuk, hogy a XXI. századi vezetők másképpen irányítják a vezetésük alá tartozó cégeket, mint mondjuk száz, kétszáz, de akár 10-15 évvel ezelőtt. Megváltoztak a körülmények, a piaci lehetőségek, a cég sikerét nemcsak a termékek, szolgáltatások milyensége, hanem a vezetők, a vezetői csapat képességei is nagymértékben meghatározzák. Erről szólt a május 13-án a Margitszigeten tartott rendezvény.



Merkler Róbert
üzgyvezető igazgató
Intersnack

A Nielsen két munkatársának, Osztoics Bernadettnek és Juhász Krisztiánnak a bevezető előadása után, amely a hiteles piaci információk fontosságáról szólt, Merkler Róbert, az Intersnack (ex-Chio) ügyvezetője következett. Ő még a jobb időkben csatlakozott a cég szervezetéhez, amikor robbogott az üzlet.

Mi következhetett ezután? Hullámhegy után -völgy, amely a NETA bevezetésével szinte elolvasztotta a megtermelt nyereséget. Róbert küzdött, akár a samurájok évszázadokkal ezelőtt. Változtatott a stratégián, és meggyőzte a cég tulajdonosait, hogy másképpen kell irányítani a vállalatot. Merész volt. Sikerült. A munkatársak és a vezetőség is megértette, hogy változtatniuk kell a termékek összetételében, a cég szervezetében, a technológiában és a fejlesztésben is. Ezt követően az MLM-módszer új próbálkozásairól hallhattunk, amely módszer



Szautner Péter
vezérigazgató
Pannontej

mind a mai napig kétségekkel néz szembe a piacon. Az Organo Gold nemzetközi igazgatója, Tigyi Attila elsőrendű feladatának tekintti az újdonságok támogatását és mind szélesebb körben való elterjesztését, mert így nő az üzlet, fejlődik a cég.

Éberség a vezetésben volt a következő történet címe, amely a francia tulajdonú, de magyar vezetéssel működő Pannontej küzdelmes útját mutatta be Szautner Péter előadásában. A versenyképesség megőrzése, a versenytársak figyelemmel kísérése fontos tényező, pláne akkor, amikor a piac telített, a csapból is tejes reklám folyik, ugyanakkor a környező országok hasonló cégei az árháború eszközeivel próbálnak eladni a hazai vásárlóknak.

Az elért eredmények a franciák elismerését is kivívták.

Érdekes beszélgetés következett a szakma ismert házaspár tagjaival, akikkel a családmunka-karrier út lépéseit boncolgattuk. Fábíán Ágnes, a Henkel ügyvezető igazgatója és Herjeczki Zoltán, a Fonyódi Ásványvíz Kft. értékesítési igazgatója már több mint 20 éve együtt vannak, jóban és rosszban. A boldog párkapcsolat, a vezetői munka mögött rejlő családi, partneri biztonság teszi lehetővé a hosszú távú sikeres karrier elérését. A megfelelő partner megtalálása kiemelt fontosságú projekt.



Fábíán Ágnes, a Henkel ügyvezető igazgatója és Herjeczki Zoltán, a Fonyódi Ásványvíz Kft. értékesítési igazgatója

A Zwack Unicum sokak számára a vágyálom cég, munkáltató. A mérce magas, de nem elérhetetlen. Belovai Csaba kereskedelmi igazgató elmondása szerint az utóbbi évben mindent és mindenkit érintett a változás a cégen belül, hogy megtarthassák pozíciójukat és eredményességüket a piacon.



Belovai Csaba
kereskedelmi igazgató
Zwack Unicum

Jó vezető, vezetői magatartás és csapat nélkül ez lehetetlen. Nekik sikerült.

A szakmai program utolsó részében négy különböző terület, szakma, cég képviselői mondták el tapasztalataikat a 2012-es évről. Magyar Telekom, Sony, Panalpina, TargetSales Group: más-más terep, de a megközelítés hasonló. A cégek vezetői – Keszég Attila, Rab Sándor, Szabados Péter és Tóth Balázs – lelkesek, szakmailag felkészültek, bíznak magukban, csapatukban, és a sikeres jövőben. Így kell és lehet, ez volt a nap célja, bemutatni különböző szakmák képviselői, vezetői által, hogy a siker nem lehetetlen, akár madáchi küzdelem által, de elérhető.

Csikné dr. Kovács Klára

Samurai principles and methods in 21st-century company management

The latest event in the Career and Style series bore the above title and was held on Margaret Island on 13 May. The first presentation of the conference was by two Nielsen experts, client service director Bernadett Osztoics and regional data supply manager Krisztián Juhász. They spoke about reliability in market research and introduced the methods they use and the team who uses them. Next up was Róbert Merkler, managing director of Intersnack who talked about how they changed things – from product composition to management structure to technology used – after the introduction of the public health product fee (NETA) in order to survive. After this participants heard about new methods in MLM – a system hated by some and praised by others. Attila Tigyí, the international director of Organo Gold told that his primary task is supporting and spreading novelties. The story of French-owned but Hungarian-managed Pannontej was next in the programme: Péter Szautner spoke about the hardships and how the

company was able to stay in the business, impressing the French owners. Henkel managing director Ágnes Fábíán and Fonyódi Mineral Water Kft.'s sales director Zoltán Herjeczki have been a couple for more than 20 years. An interesting conversation with them revealed how their happy family life can be the perfect background for successful managerial work. Csaba Belovai, sales director with Zwack Unicum gave a dynamic presentation about good managers and excellent team work as the prerequisites for implementing structural changes at the company, in order to remain competitive. In the last part of the programme the heads of Magyar Telekom, Sony, Panalpina and TargetSales Group – Attila Keszég, Sándor Rab, Péter Szabados and Balázs Tóth – shared their experiences about 2012 with participants. As a conclusion, we can say that the day's programme showed: managers in various sectors can reach their goals if they keep fighting and never give up – just like the samurais. ■