



PROFIL

Petra Čadež

direktorica marketinga za SPP Delikatesni namazi, Atlantic Grupa

Ispunjava me marketing koji obuhvaća sve aspekte upravljanja brendom

„Mi se bavimo svim segmentima, od strategije, inovacija, novih proizvoda, cjenovnih politika, istraživanja i analiza, komuniciranja, pa do operativnog upravljanja brendom na svim tržištima. U slučaju Argete, primjerice, riječ je o više od 30 svjetskih tržišta“, navodi Petra Čadež iz Atlantic Grupe.

Petra Čadež diplomirala je novinarstvo i marketing te 2003. završila i MBA program. Priznaje da je sretna što je studirala nešto što je zaista zanima i u čemu je ostvarila profesionalnu realizaciju, i ne čudi stoga da je već tijekom fakulteta počela s radom. Prva profesionalna iskustva vezana su uz rad u agenciji, najprije u Pristopu, a po završetku fakulteta u agenciji Formitas BBDO. „Nakon stjecanja opsežnog agencijskog iskustva prelazim na stranu klijenta. Šesnaest godina radila sam u grupaciji Telekom Austrija Group, na različitim pozicijama unutar marketinga i na različitim tržištima. Počela sam u Sloveniji, nastavila u centrali u Beču gdje ostajem skoro tri godine, a onda slijede tri nezaboravne godine u Beogradu u kompaniji Vip mobile (danas A1) i dvije godine u Vipnetu (danas A1) u Zagrebu, nakon čega sam se vratila u Beč na poziciju Group Brand Direktora, a svoju karijeru u ovoj grupaciji zaključila sam na klsterskoj funkciji na kojoj sam vodila funkciju marketinga za Sloveniju i Srbiju“, prisjeća se Petra, koja se Atlantic Grupi pridružila krajem 2017. na poziciji direktorice marketinga za Strateško poslovno područje (SPP) Delikatesni namazi, na kojoj je i danas.

NAJBOLJA KARIJERNA ODLUKA

„Prelazak u FMCG industriju bio mi je na početku veliki izazov, a danas mi predstavlja veliko zadovoljstvo i

danas mogu reći - najbolju karijernu odluku“, priznaje direktorica marketinga za SPP Delikatesni namazi, koji upravlja brendovima Argeta, Bakina Tajna i Montana. „Marketing u Atlantic Grupi je, reći ću kolokvijalno, onaj pravi marketing, koji obuhvaća sve aspekte upravljanja brendom i samo se u manjem dijelu ukupnih aktivnosti bavi komunikacijom (po čemu je u općoj populaciji najčešće prepoznat). Mi se bavimo svim segmentima, od strategije, inovacija, novih proizvoda, cjenovnih politika, istraživanja i analiza, komuniciranja, pa do operativnog upravljanja brendom na svim trži-

štima. U slučaju Argete, primjerice, riječ je o više od 30 svjetskih tržišta. Smatram da u našoj struci moramo razvijati i njegovati veze, surađivati, dijeliti znanja i zajedno brinuti da marketing ima značajno mjesto u poslovnom svijetu, koje vjerujem da zaslužuje. Stoga sam uz svoj posao aktivna i u stručnim asocijacijama. Predsjednica sam Društva za Marketing Slovenije, nekadašnja članica UO Slovenske Oglašivačke komore i članica različitih žirija (Effie, Euro Effie, Balcannes, SOF, etc).“

IZVRSTAN TIM STRUČNJAKA ZA IZAZOVNA VREMENA

Petra napominje kako je u Atlantic Grupi u fokusu poslovanja uvijek rast. „Rast, koji prvenstveno bazarimo na nečemu što se u industriji zove *consumer centricity*, i na što smo u našem sustavu jako ponosni. Ponosna sam i sretna da imamo izvrstan tim stručnjaka u području marketinga jer smatram da samo najbolji ljudi mogu raditi najbolji marketing, a on se temelji na poznavanju trendova, korisnika i tržišta, a na osnovi toga kvalitetni stručnjaci osmišljavaju strategije i taktike za rad na svakom tržištu. U marketingu SPP Delikatesni namazi danas nas ima 25 i sjedimo u sedam različitih zemalja. Slobodno mogu reći da smo EKIPA sa svim velikim slovima. Jako smo povezani, i ne samo na poslu. Zaista nas veže briga jednih za druge. Voditi tako profesionalan tim,



PONOSNA SAM I SRETNDA IMAMO IZVRSTAN TIM STRUČNJAKA U PODRUČJU MARKETINGA JER SMATRAM DA SAMO NAJBOLJI LJUDI MOGU RADITI NAJBOLJI MARKETING, A ON SE TEMELJI NA POZNAVANJU TRENDOVA, KORISNIKA I TRŽIŠTA, A NA OSNOVI TOGA KVALITETNI STRUČNJACI OSMIŠLJAVAJU STRATEGIJE I TAKTIKE ZA RAD NA SVAKOM TRŽIŠTU



Razgovarala: Marija Sedlar



s ljudima koji su istovremeno jako strastveni i zabavni, osobno smatram privilegijom. Sretna sam da na poslu nemam samo suradnike, nego i puno prijatelja, što mi je jako bitno", ističe Petra opisujući kolege i atmosferu na poslu te dodaje: „Covid je bio pravi test za nas kao ekipu. Samo jaki tim, s jasnom strategijom, iz ovakvog razdoblja izađe s jako dobrim poslovnim rezultatima i još boljim međusobnim odnosima. Ponosna sam da nam je to uspjelo, ali prvenstveno zbog agilnosti, jako brzih reakcija u okviru šireg strateškog promišljanja, i zahvaljujući uzajamnom razumijevanju, pronalaženju novih načina kako da ostanemo informirani i povezani i kada se nismo mogli

sastajati 'uživo'. Sad smo u novoj vrsti izazova, u razdoblju koje je opet unikatno na svoj način, zbog velikog poskupljenja sirovina, energenata, usluga, što naravno ima veliki utjecaj na nas i s čime se opet treba izboriti. Izazov je, naravno, kako u tim uvjetima osigurati najbolji mogući poslovni rezultat uz maksimalni fokus na našeg korisnika i njegove potrebe.“

JEDNA JE – ARGETA

Kada su u pitanju projekti koje bi posebno izdvojila, Petra ponosno odmah izdvaja Argetu - mesnu i riblju paštetu broj 1 u Europi, što je rezultat dugogodišnje posvećenosti kvaliteti na svim razinama. „Put do broja

1 nije bio lak ni kratak i na tom putu bi vrijedilo istaknuti mnoge projekte koji su pridonijeli uspjehu. Najlakše se sjetiti najfriškijih pa ću istaknuti pomoć ribogojilištima u Sloveniji, Hrvatskoj i Srbiji u periodu prvog vala pandemije Covida-19. Mi smo prepoznali problem u kojemu su se ribogojilišta našla i potencijal za novi proizvod, a rezultat je bilo lansiranje delikatesnog namaza od Posoške, Kosjeričke i Gacke pastrve pod brendom Argeta. Posljednji projekt, na kojeg smo jako ponosni je nova komunikacijska platforma i kampanja koja se odvija u tonovima Ode pekarima, koja je jako uspješna i po prvi puta je išla na sva regionalna i međunarodna tržišta. Planovi za budućnost su - strateški i pametno krstariti kroz jedno jako neizvjesno razdoblje, s mišlju vodiljom da nastojimo (iako problema ne nedostaje) tražiti i vidjeti prilike, a ne (samo) probleme“, poručuje Petra.

MOTIVIRAJUĆE OKRUŽENJE

Prelazak u FMCG industriju za Petru je bio veliko pozitivno iznenađenje. „Prvenstveno profesionalno jer je ovdje marketing najprije vrlo širok i sveobuhvatan, a onda i zanimljiv i nosi veliku odgovornost, što me svakodnevno motivira. Mislim da je u velikoj mjeri za to 'kriva' i Atlantic Grupa, koja u svojoj korporativnoj kulturi ima vrijednosti koje su meni jako bitne i stvarno uživam raditi u kompaniji koja pruža mogućnosti, daje odgovornost i prostor za značajan osobni doprinos, kreira izazove, ali i prepoznaje zasluge i rezultat. Ovakvu radnu okolinu je teško pronaći i ponosna sam da sam dio takvog sustava.“

U slobodno vrijeme Petra je jako aktivna. „Sport je uvijek bio važan dio mog života, a najveća strast mi je ronjenje, kojim se bavim već 25 godina. Uz to rado i često igram odbojku, košarku, skijam, planinarim, bavim se jogom... Fizička aktivnost kod mene nije povezana s askezom, po prirodi sam hedonist. Volim putovanja, uživam u dobroj hrani i vinu, i naravno, u dobrom društvu. Dobra knjiga uvijek mi je drag suputnik i partner. Idealan odmor za mene je otkrivanje novih stvari, nove avanture - to je moja hrana za dušu. :)