

Strateški partner brendova koje zastupamo

Kako biste opisali ulogu komercijalnog direktora u okviru Centrosinergije?

Uloga komercijalnog direktora u Centrosinergiji pre svega podrazumeva strateško vođenje poslovanja, brigu o svakodnevnom operativnom toku i stalnu, otvorenu komunikaciju sa partnerima i kupcima. Moja odgovornost je da definišem komercijalni pravac kompanije, uskladih prodajne i marketing ciljeve sa logističkim kapacitetima i obezbedim da svi procesi funkcionišu u jednoj integrisanoj strukturi. To praktično znači da svakog dana prilagođavam očekivanja brendova koje zastupamo, lokalne tržišne potrebe potrošača i kupaca i unutrašnje mehanizme koji proveravaju da li sve što planiramo zaista može da se sprovede u praksi.

Moja uloga podrazumeva kontinuirano održavanje odnosa sa ključnim klijentima, pregovaranje sa dobavljačima i partnerima, te optimizaciju procesa nabavke i prodaje kako bi se ostvarili postavljeni ciljevi rasta i profita, uz stalno praćenje konkurencije i tržišnih trendova.

Krajnji cilj je izgradnja pozicije kompanije kao strateškog partnera brendova koje zastupamo, a ne samo produžene ruke za plasman i distribuciju proizvoda na tržište Srbije.

Koji su danas najveći izazovi na tržištu distribucije u Srbiji?

Srpsko tržište distribucije se trenutno suočava sa nekoliko intenzivnih trendova koji značajno utiču na svakodnevno poslovanje. Jedan od najvećih izazova ogleda se u **nedostatku kvalifikovane radne snage**. Migracije i nove generacije sa drugačijim očekivanjima, pogađaju poslovanje, zahtevajući redefiniciju pristupa zapošljavanju i permanentno ulaganje u obuku i motivaciju, kao i automatizaciju.

Promenljivo ponašanje potrošača je, takođe, jedan od ključnih izazova. Kupci danas zahtevaju i očekuju brzu isporuku, jednostavan proces poručivanja i sigurnu dostupnost proizvoda u svakom trenutku. To od distributera iziskuje da prilagode svoj logistički model, uvedu efikasnije procese i pronađu načine da isporuke budu brže i pouzdanije nego ranije.

Takođe, susrećemo se sa procesom ukupnjavanja tržišta i složenosti lanaca snabdevanja, koja svakim danom nastavlja da raste. Globalni i lokalni lanci postaju sve kompleksniji, nameću strože standarde



Aleksandra Jotić
Komercijalni direktor

u logističkoj i IT integraciji zahtevajući veću agilnost i bolje upravljanje.

Digitalna transformacija je u potpunosti promenila način rada. Primena veštačke inteligencije, automatizacija i digitalizacija distributivno-logističkih procesa su ključni za efikasnost, ali sa druge strane predstavljaju izazov sa aspekta implementacije i ulaganja.

I na kraju održivost i društvena odgovornost koja nas dovodi do konstatnog balansiranja ekonomskih ciljeva sa ekološkim i društvenim odgovornostima, što zahteva ulaganja u zelene tehnologije i praksu.

Ukratko, distributeri se moraju prilagoditi novoj digitalnoj eri, rešiti problem ljudskih resursa i odgovoriti na zahtevne standarde modernog, brzog i ekološki svesnog tržišta.

Kako Centrosinergija pristupa saradnji sa principalima?

Naš pristup saradnji sa principalima zasniva se na partnerskom odnosu i potpunoj transparentnosti. Saradnju započinjemo analizom kategorije, potencijala i specifičnih potreba Brenda u odnosu na iskazane potrebe i tržišne trendove u Srbiji, odakle proizilaze preporuke partnerima za najbolji način plasmana proizvoda na tržište. Nakon usaglašavanja o izboru strategije formiramo zajedničke ciljeve i okvir u kojem ćemo raditi u narednom periodu, uključujući izbor asortimana, širinu i način distribucije, planiranih

aktivnosti, očekivanih volumenskih i finansijskih ciljeva prodaje, kao i projekciju profitabilnosti Brenda.

Duboko verujemo da je transparentna komunikacija i razmena podataka osnova uspešne saradnje. Sa partnerima svakodnevno delimo relevantne informacije o ključnim parametrima poslovanja i tržišta. Tokom mesečnih i kvartalnih sastanaka analiziramo rezultate i prilagođavamo strategiju i akcioni plan delovanja.

Na ovaj način možemo da uočimo zajednički šta su nam izazovi, gde su dalji prostori za unapređenja, da li je potrebno modifikovati usvojenu strategiju. Takođe, omogućavamo principalu bolje razumevanje kretanja na našem tržištu, ispoljenih trendova u ponašanju potrošača, retaila, ograničenja ali i prilike za dalji rast i razvoj. Trudimo se da budemo fleksibilni, nudeći različite modele saradnje, kako bi svaki partner dobio rešenje koje najbolje odgovara njegovoj strategiji.

Šta smatrate ključnim faktorima uspešne distribucije?

Ovo pitanje je u direktnoj vezi sa napred navedenim izazovima sa kojima se susreće distribucija danas na našem tržištu. Određeni trendovi važe i šire, i globalno se ispoljavaju, i utiču i na naše tržište u manjoj ili većoj meri. Ali, svakako je to set faktora koji obuhvataju strateški odabir kanala, efikasnu logistiku, razumevanje ponašanja potrošača, fleksibilnost, inovacije (digitalizacija, robotizacija, AI) i upravljanje troškovima/cenama, uz naglasak na brzu prilagodljivost promenama na tržištu, jačanje partnerskih odnosa i kvalitet usluge kako bi se odgovorilo na sve veće zahteve za brzinom, pouzdanošću i jedinstvenošću ponude.

Sigurno je da nije za svaku distributivnu kompaniju isti značaj navedenih faktora koji zavisi od različitih elemenata i okolnosti, od stepena razvoja same kompanije, zrelosti tržišta, kulture kompanije, ciljeva i strategije iste. Verujem da će uspeh distributivne kompanije zavisiati upravo od toga kojim faktorima od ključnih ćemo dati prioritet, koju kombinaciju ćemo izabrati, na koju ćemo se posebno fokusirati, sa kojom tačnošću ćemo uspeti da predvidimo promene u okruženju i koliko brzo smo spremni im se prilagodimo.

Kako tehnologija utiče na vaše poslovanje?

Tehnologija je u potpunosti promenila način na koji funkcionišemo. Digitalizacija je omogućila bolju vidljivost nad svakim segmentom lanca distribucije, od ulaska

robe u skladište do finalne isporuke kupcu. Zahvaljujući naprednim sistemima za upravljanje skladištem i transportom, procesu su ubrzani, ali i manje podložni greškama. Automatizacija u skladištu i optimizacija ruta omogućili su nam da smanjimo troškove i istovremeno poboljšamo infrastrukturu usluge.

Danas možemo da predviđamo potražnju preciznije nego ikada ranije, da optimizujemo zalihe, da prilagođavamo strategiju plasmana proizvoda i da mnogo brže reagujemo na odstupanja sa tržišta. Digitalna integracija sa trgovinskim lancima i principalima ubrzava obradu naloga, olakšava razmenu podataka i smanjuje administrativni teret.

Tehnologija nam takođe omogućava da razvijamo različite prodajne kanale i brzo se prilagođavamo promenama u navikama potrošača, posebno u segmentu online prodaje. U suštini, ona je postala ključni alat koji nam pomaže da ostanemo konkurentni i da razvijamo poslovanje zadržavajući kvalitet usluge na visokom nivou

Kako ocenjujete trenutno stanje u Centrosinergiji i šta očekujete u narednom periodu?

Centrosinergija se danas nalazi u stabilnoj razvojnoj fazi. Nakon 15 godina prisustva na tržištu, izgradili smo snažan poslovni model koji je dokazao svoju održivost u potpuno različitim industrijama – od štampanih medija i telekomunikacija odakle se krenulo, preko duvanske industrije do FMCG sektora. Upravo ta širina iskustva daje nam prednost u razumevanju kompleksnih potreba klijena-

ta kao i različitih industrija i biznisa u kojima posluje.

Kompanija kontinuirano raste, ali ono što smatram posebno važnim jeste da taj rast nije stihijski – već promišljen i usmeren ka stalnom unapređenju portfolia i usluga. U narednom periodu naš fokus biće na pronalaženju optimalnog modela rada koji omogućava da se svakom brendu posvetimo pojedinačno, u skladu sa njegovim specifičnostima, ciljevima i tržišnom dinamikom.

Paralelno sa tim, nastavljamo intenzivno da ulažemo u unapređenje operativne efikasnosti i kvaliteta usluge, prateći savremene trendove u logistici i distribuciji. Dobar primer toga je automatizacija skladišnih procesa, koja nam je omogućila da uspešno odgovorimo na izazove Track & Trace sistema i obezbedimo potpunu sledljivost duvanskih proizvoda kroz čitav lanac snabdevanja, uz visok nivo pouzdanosti i transparentnosti.

Generalno, Centrosinergija je kompanija koja ne prestaje da traži nova rešenja, širi vidike i unapređuje svoje kompetencije. U narednom periodu očekujem nastavak rasta, dalje širenje portfolia i dodatno jačanje naše pozicije kao pouzdanog, modernog i fleksibilnog partnera za brendove iz različitih industrija.

Koje veštine su najvažnije za uspeh u vašoj ulozi?

Uloga komercijalnog direktora zahteva kombinaciju strateške širine i operativne

preciznosti. Prvo što je potrebno jeste sposobnost da se razume šira slika, dakle da se razume makro i mikro ekonomsko okruženje, da se prepoznaju trendovi na tržištu, predvide rizici i prepoznaju prilike za rast. Uz to idu snažne analitičke sposobnosti, jer bez razumevanja ekonomskih parametara i podataka nije moguće doneti kvalitetne odluke.

Jednako važno je liderstvo. Komercijalni direktor mora da inspiriše tim, da obezbedi jasne ciljeve, da razvija ljude i da kreira kulturu odgovornosti i proaktivnosti. Takođe, važno je da bude primer u svakodnevnom radu i da svojim pristupom motiviše tim da teži stalnom unapređenju.

Snažne pregovaračke i komunikacione veštine, uz sposobnost ubeđivanja su, takođe, neophodan uslov. Svaki dan se pregovara sa eksternim i internim zainteresovanim stranama preko dobavljača, kupaca, principala, ali i samih zaposlenih i međusektorskih usklađivanja po različitim osnovama što iziskuje potrebu za razvijenom emotivnom inteligencijom na visokom nivou. Potrebno je i operativno razumevanje logistike, jer komercijalni i logistički deo poslovanja ne mogu da funkcionišu odvojeno.

Sposobnost za donošenje odluka pod pritiskom i usmerenost ka rezultatima su veštine koje ova pozicija mora da poseduje da bi uspešno mogla da odgovori ispoljenim zahtevima.

I na kraju, agilnost i spremnost na promene koju su neminovne, a ponekad i presudne.

CENTROSINERGIJA DEO **Moji KIOSK**

DISTRIBUCIJA I LOGISTIKA

LOGISTIKA I DISTRIBUCIJA
Vaš pouzdan partner

www.centrosinergija.rs ■ office@centrosinergija.rs

Logistics partners: villiger, GIZEH, BAT, BIC, VARTA, Zaini, mentos, P&G, Chupa Chups, etc.