

INTERVJU

Mrđan Žugić, direktor Optima Modriča Beograd

SIGURNO KROZ BURU

Domaće tržište je jedno od najturbulentnijih u Evropi, bez obzira o kojoj vrsti trgovine ili usluga je reč. Kad je u pitanju automobilski sektor, situacija je sigurno još komplikovanija, gde se tržište maziva posebno ističe po kompleksnosti. U razgovoru sa Mrđanom Žugićem, direktorom kompanije Optima Modriča Beograd, saznajemo kakva je trenutna situacija u Srbiji, a kakvi su planovi za budućnost.

Ukratko o Optima Modriča d.o.o. Beograd - predstavljanje

Optima Modriča d.o.o. Beograd posluje više od 17 godina na tržištu Srbije, dok u okviru Optima grupe posluje od 2008 godine. Osnivač Optima modriča d.o.o. Beograd je Rafinerija ulja Modriča, a od januara 2011. godine smo i jedini uvoznici proizvoda Rafinerije ulja Modriča na teritoriji Republike Srbije.

Kakva je trenutna situacija ulja i maziva na tržištu Srbije?

Tržište je segmentirano u tri velike grupe:

POTROŠAČKI SEGMENT - (automotivna maziva za putnička i maziva za poljoprivrednu mehanizaciju, anti-frizi i tehničke tečnosti) - očekuje se rast do 2015. godine i pomeranje od niskobudžetnih maziva ka mazivima standardnog i premijum kvaliteta sa većom dobiti. **KOMERCIJALNI SEKTOR** - (automotivna maziva za transport, građevinsku mehanizaciju i poljoprivredu) očekuje se rast i pomeranje od niskobudžetnih maziva ka mazivima standardnog i premijum kvaliteta sa većom dobiti. **INDUSTRIJSKI SEKTOR** - vrlo nestabilan i direktno zavisan od privrednog i ekonomskog okruženja.

Optima - konkurencija?

Zajednička strategija, kordinisan nastup te sinergija koju čine Optima grupa, Rafinerija nafte Brod, Rafinerija ulja Modriča, Nestro Petrol, Nestro Sava i Optima Modriča Beograd dovešće do povećanja efektivnosti, efikasnosti ali i do pravovremenih i adekvatnih odgovora na zahteve tržišta i konkurencije.

Koji su planovi u narednom periodu?

Osnovni plan je povećanje učešća proizvoda Rafinerije Modriča na tržištu Srbije, razvijanjem direktne prodaje, razvijanjem i jačanjem distributera, saradnjom sa auto servisima i otvaranjem sopstvene mreže maloprodaje. Strateški smo opredeljeni na poboljšanje odnosa sa kupcima, kao i prilagodljivost zahtevima kupaca i odgovor na konkurenciju (obuhvata mogućnost da se odgovori na svaki kupčev zahtev, sugestiju, da se pokušaju predvideti zahtevi kupaca i adekvatno odgovori na konkurenciju). Međusobni odnos između prodavca i kupca (podrazumeva mogućnost identifikacije kupca sa brendom, brigu za kupca i njegove potrebe, vrednovanje vremena kupca, postavljanje zahteva kupaca na prvo mesto). Cilj nam je da pružimo uslugu kupcu sa novom vrednošću - kvalitet, brzina, dostupnost, edukacija i obučenost.

Zaposleni

Na putu stvaranja moderne kompanije i stvaranju lidera u prodaji ulja i masti Rafinerije Modriča u svim segmentima prešli smo dobar deo puta, ali nas isto tako veliki izazovi očekuju u budućem radu, kako bi bili spremni da odgovorimo na sve zahteve tržišta i konkurencije, neophodan je mlad i stručan tim, koji Optima Modriča Beograd svakako ima. Neprestana ulaganja u edukaciju i usavršavanje zaposlenih daju realnu osnovu da ćemo i u narednom periodu ispuniti sve planove i ostvariti predviđene ciljeve.

Investicije

Konstantna ulaganja u opremanje i označavanje auto servisa, maloprodajnih objekata, informatičku opremu i vozni park predstavljaju deo investicija u 2011. godini. U narednom periodu nas očekuju kapitalne investicije iz-



gradnje sopstvenih poslovnih prostorija i magacinskog prostora, kao i uvođenjem novog informacionog sistema ERP-a, otvaramo put savremenog načina poslovanja i funkcionisanja Optima Modriča Beograd.

Kako smo zadovoljni dosadašnjim plasmanom HC City motornog ulja?

Sve analize prodaje koje smo uradili govore da je plasman novog motornog ulja HC City našao svoju kategoriju kupaca i da je postignut pun efekat plasmana novog ulja. Ujedno smo iskoristili priliku da sve kupce obidemo i edukujemo u smislu informacija o karakteristikama svih proizvoda, deljenju propratnog materijala, kao i što boljem pozicioniranju i označavanju naših proizvoda u prodajnim objektima. Najznačajnije za nas je da povećamo učešće u prodaji svih proizvoda iz našeg asortimana ulja i masti Rafinerije Modriča, da na još bolji i kvalitetniji način prezentujemo i prodamo naša ulja OPTIMA ECO PLUS, AGROMAX, OPTIMA LONG LIFE, OPTIMA GAS, MAXIMA, DVOTAKTOL, HIPOIDNO ULJE itd., tečnost za hlađenje PERMANT i sve druge proizvode.

Da li je u planu proširenje ponude vaših proizvoda?

Zahvaljući savremeno opremljenoj laboratoriji i stručnim kadrovima koje imamo siguran sam da će Rafinerija ulja Modriča i u narednom periodu razvijati nove visokotehnološke proizvode. To je ujedno ispunjenje zahteva tržišta koje se pred nama nameće.

Odnos sa distributerima-kupcima?

Svakako da je prioritet našeg poslovanja unapređivanje i razvoj odnosa sa distributerima - kupcima, kao i stvaranje lojalnosti u našim budućim poslovnim odnosima, razvijamo duh zajedništva i fer odnosa.

Ekologija?

Prateći savremene trendove i propisane zakonske odredbe proizvodi Rafinerije ulja Modriča ispunjavaju sve ekološke zahteve. Ono o čemu smo dužni, a i ističemo jeste naša briga za očuvanje i zaštitu životne sredine.

Šta je po Vama obeležilo 2011. godinu?

Ono što je za mene kao direktora Optima Modriča d.o.o. Beograd obeležilo 2011. godinu jeste: razvoj, napredak, organizacione promene same Optime Modriča Beograd kao i rezultat koji smo ostvarili u 2011. godini predstavlja veliki uspeh celog kolektiva i u vreme teške ekonomske situacije i društva uopšte. Zadovoljstvo naših kupaca govori nam da smo na pravom putu i da samo razvijanjem dobrih poslovnih odnosa možemo očekivati i odlične rezultate iz godine u godinu.

„Naša vizija pokreće zajedničku budućnost“

KOMENTAR

LOŠ POVOD, A DOBAR PRIMER!

BEZBEDNOST U SAOBRAČAJU TREBA SVIMA DA BUDE NA PRVOM MESTU, MA KOLIKO VIP BILI ILI SE TRUDILI DA BUDU...

BRZINA je oduvek bila sastavni deo mog života... Brza vožnja je nešto što zaista volim i čega ne mogu da se odreknem, ni sada, kada sam završio takmičarsku karijeru. Međutim, u brzini uživam samo ako za to postoje uslovi i ako je to bezbedno za ljude oko mene, pa i mene samog. A to je na nekoj trkačkoj stazi, daleko izvan saobraćaja...

Nedavno je jedna naša poznata ličnost, navodno „žureći u studio“ požurila i više od 80 km/h od dozvoljene brzine. A „presrećajući“ ko presrećajući, malo provocirali, malo naveli, malo zaveli, pa priveli... Doduše u policijsku stanicu! I tamo više nije bilo žurbe, već samo kajanje, ali i „vađenje“ na stranu vozačku dozvolu. U celoj stvari bitno je da kajanje nije bilo ono „dublje“ i „gorko“, odnosno bez posledica po živote, te da je stradala samo sujeta. I na kraju, pala je i isplata, što je u celoj priči manje bitno...

Sve ovo nekako vraća veru u to da smo bar negde, pred zakonom svi jednaki. Ili se možda va-

ram?! No, opet ponavljam da ovde nije problem samo u učinjenom prekršaju, već i u tome da on dodatno dobija na „težini“ ako se zna da je vinovnik osoba na koju se ugledaju mnogi drugi ljudi. Samim tim i odgovornost javnih ličnosti je zbog toga veća!

Verovatno je toga svestan i vozač crne „dulijete“, koji me je presreo pre neko veće presreo u gradu. Kao da je želeo mene malo da „naloži“ i navede na trku... Naime, dok sam stajao na semaforu u redakcijskoj „dulijeti kvadrifoljo verde“ i čekao zeleno svetlo, do mene se zastavila „prazna“ Alfa?! Ne ne može biti prazna, jer neko mora da je za volanom! E sad, ili volan kod te „dulijete“ stoji previsoko ili taj „neko“ sedi na podu?! Kad ono, ni jedno, ni drugo, već to naš omaleni popularni TV voditelj, nekada vozač keš taksija, nakon svoje emisije petkom uveče nastavlja da „žari i pali“...

Govorim u sebi: „ma smiri se momak, ne znaš ti da ovaj automobil ima 235 KS, da do „stotke“ stigne za 6,8 sekundi, da ide preko 240 km/h... I ne znaš ti s kim imaš posla, pa zato bolje idi i vozi taksi sa tim tvojim „dizelašem“, ali pre toga nabavi jastuče da sedneš na njega kako bi mušterije znale da si unutra, a ne da ih ovako prepadaš!“

U to se upali zeleno svetlo na semaforu i Ivan polako ode svojim putem, a ja svojim. Kružio sam još neko vreme gradom u Alfi, jer to često radim dok razmišljam. Kroz glavu su prolazile slike sa nedavnog snimanja spota za Agenciju za bezbednost saobraćaja... Jasne, upečatljive i potresne, slike koje govore da je lako pritisnuti gas i ne razmišljati o posledicama. I istovremeno mi je bilo drago što je što su me izabrali kao promotera predstojeće kampanje za povećanje bezbednosti u saobraćaju, jer znam da se moje ime gotovo uvek vezuje za trke i brzu vožnju. Međutim, ostajem nepokolebljiv u svom uverenju i postupcima da brznu i veštinu za volanom dokazujem samo na stazi, a nikako u saobraćaju. I drago mi je što to i Ivan shvatio.

A još draže će mi biti ako o svojim postupcima i ponašanju za volanom, počnu da razmišljaju svi, a pogotovo javne ličnosti...

Andrej Kulundžić

POZNATE LIČNOSTI TREBA TREBA DA IMAJU NA UMU DA JE NJIHOVA ODGOVORNOST ZA SVE ŠTO ČINE U SAOBRAČAJU, PA I U ŽIVOTU UOPŠTE, JOŠ I VEĆA, BUDUĆI DA SE NA NJIH UGLEDAJU MNOGI DRUGI LJUDI