



**V**I STE JEDNA OD RIJETKIH ŽENA U HRVATSKOJ KOJA VODI AUTOMOBILSKU MARKU, SMATRATE LI TO PREDNOŠĆU ILI MANOM?

Apsolutno to ne smatram prednošću, a još manje manom. Priznajem da ponekad na prvi pogled postoje neke ograde, ali svi vrlo brzo shvate da sam s razlogom na ovom mjestu, jer iskustvo koje imam u autobranši sada već gotovo 23 godine, entuzijazam koji osjećam prema tom poslu, pozitivna energija po kojoj sam prepoznatljiva, sve su to čvrste predispozicije koje uklanjaju barijere za mene kao ženu u tom poslu.

**KAKO STE UOPĆE DOŠLI DO AUTOMOBILSKJE INDUSTRIJE I SADAŠNJE POZICIJE?**

Odrasla sam uz tatin posao u njegovoj strojobravarској radi-onici te sam tako kao jedinica upoznala takozvane "muške" poslove. U automobilskoј industriji sam započela sasvim slučajno. Tražili su nekog tko vlada stranim jezicima ... I onda sam shvatila koliko mi se taj posao zaista sviđa. Prošla sam kompletan profesionalni put u automobilskoј industriji te do u detalje upoznala sve faze poslovanja, od onih najobičnijih poslova u prodaji novih ali i rabljenih vozila, preko dispozicije, financija, rezervnih dijelova pa do vodećih pozicija u prodaji vozila i smatram da za mene u ovom

**ELISABETH NOVAK BRUDER, DIREKTORICA MARKE ŠKODA**

# DALJNI NAPREDAK

Direktorica marke ŠKODA u kratkom nam je razgovoru otkrila razloge zbog kojih je češka marka tako uspješna kod hrvatskih kupaca te kakvi su planovi Škode u Hrvatskoј za 2016. godinu

poslu nema tajni te s ponosom mogu reći da sam posljednjih 20 godina na vodećim funkcijama u toj branši.

### KOJA JE NAJVAŽNIJA OSOBINA ZA USPJEH U POSLU KAD JE ČOVJEK NA TAKO ODGOVORNOJ POZICIJI POPUT VAŠE?

Rad, rad i samo rad. Kroz svoj zaista dugi staž u automobilske industrije stekla sam sva znanja i vještine koje su potrebne prilikom dogovaranja strategije i plana prodaje s principalom kao i s trgovačkom mrežom. Pozicioniranje marke na tržištu, prodajne i marketinške aktivnosti, školovanje, stalna provedba i kontrola visokih standarda koje postavlja tvornica i mi kao uvoznici, izrada prodajne strategije i stalno praćenje događanja na tržištu, sve su to karike potrebne za uspjeh. Nadalje je tu timski rad i angažiranost svakog djelatnika u timu, jer samo čvrstim zajedničkim radom, idejama i aktivnostima, u ovakvom odgovornom poslu može se biti uspješan.

### OVO JE VAŽNA GODINA ZA ŠKODU... OSIM ŠTO MARKA SLAVI 120. ROĐENDAN, ODNEDAVNO JE PRISUTNA U VIŠE OD 100 ZEMALJA TE GODIŠNJE PRODAJE VIŠE OD MILIJUN AUTOMOBILA. NAZIRE LI SE VRHUNAC GLOBALNOG NAPRETKA ILI IMA JOŠ PROSTORA ZA RAST?

ŠKODA je u 12. mjesecu prošle godine slavila svoj 120. rođendan što je čini jednom od najstarijih automobilske kompanije u svijetu. Svoje porijeklo ŠKODA vuče još iz pionirskih dana automobila. Kompetencija i dobar glas marke ŠKODA temelje se na dvanaest desetljeća tradicije i iskustva u proizvodnji vozila i na umijeću obrtnika i inženjera češke industrije. Od svojih osnivačkih dana obilježena entuzijazmom za mobilnost kompanija se sad može osvrnuti na svoju bogatu tradiciju s brojem automobilske ikonama. U proteklih

skoro 25 godina ŠKODA se u grupaciji marki Volkswagen koncerna razvila u internacionalno uspješnog proizvođača nekih od najprodavanijih vozila. Između 2010. i 2015. je ŠKODA provela najveću ofenzivu modela u svojoj povijesti. Narednih godina ŠKODA želi daljnjim proširenjem svoje palete modela dosljedno nastaviti svoj kurs uspjeha. Težište je pritom stavljeno na rastući segment SUV vozila. Sve ove navedene činjenice daju nam za pravo da si postavimo još više ciljeve i da imamo prostora za rast uz ŠKODA modele koje nudimo i koji su naši kupci prepoznali.

### ŠKODA IZ GODINE U GODINU USPIJEVA ZADRŽATI RESPEKTABILAN POLOŽAJ I ZADNJE DVIJE GODINE JE NA STABILNOM TREĆEM MJESTU MEĐU NAJPOŽELJNIJIM MARKAMA U HRVATSKOJ. KOJI SU RAZLOZI NJEZINA USPJEHA KOD HRVATSKIH KUPACA I KAKVI SU PLANOVI ŠKODE U HRVATSKOJ ZA 2016. GODINU?

Nijedan od uspjeha koje je marka ŠKODA postigla zadnjih par godina nije se desio slučajno. To je rezultat našeg rada i nastojanja da poboljšamo imidž marke te postavimo kupce i njihovo zadovoljstvo u centar naših aktivnosti. Takva naša strategija nije se pokazala nimalo jednostavnom niti laganom, ali se u teškim vremenima kroz koja smo prošli zadnjih par godina pokazala uspješnom. Tu bih u svakom slučaju naglasila novi i osvježeni izgled naših prodajnih centara. Za redizajn ŠKODA salona dobivamo samo pozitivne komentare od kupaca - da su svježiji, ugodni za boravak i odlično osmišljeni. Ništa manje bitni za imidž su naši automobili koji se odlikuju vrhunskom prepoznatljivom ŠKODA kvalitetom. Cijela naša ponuda je obnovljena i tehnološki unaprijeđena te izvrsno primljena kod naših kupaca. Ako tomu pridodamo ostale karakteristike koje krase sve

ŠKODA modele - odličan omjer uloženog i dobivenog, izuzetnu prostranost, sigurnost, niske troškove održavanja - dolazimo do formule koju onda naši kupci prepoznaju i odlučuju se za njih. Dokaz da smo na dobrom putu su u svakom slučaju naši prodajni rezultati gdje smo pozicionirani u Top 3 marke na hrvatskom tržištu osobnih automobila. Planovi su jasni i dalje ćemo raditi na kvaliteti naših usluga i na zadovoljstvu naših sadašnjih i budućih kupaca. Jasan cilj marke ŠKODA je ostati među top 3 najprodavanije marke te još više učvrstiti svoju poziciju kroz odlične modele, nove financijske ponude i strategije. S dolaskom nove Fabije i novog Superba, koje prati potpuno novi, elegantniji i već prepoznatljiv ŠKODA dizajn, zaokružili smo našu ponudu i na nama je da u 2016. osvojimo još više novih zadovoljnih kupaca.

### ŠKODA JE ZAKORAČILA U "NOVU ERU". TU ULOGU PREDVODNIKA SAVSIM SIGURNO IMA NOVI SUPERB. ŠTO OČEKUJETE OD PERJANICE MARKE?

Naziv Superb se već više od osamdeset godina koristi za najbolje što tvrtka ŠKODA ima u svojoj ponudi. Isto tako, nova generacija Superba, koju smo u 9. mjesecu 2015. godine predstavili na hrvatskom tržištu, zaslužuje taj naziv u punom smislu te riječi. Superb se uvijek povezivao s osobinama kao što su prostranost, praktičnost i iznimna kvaliteta. Sadašnja generacija zadržava sve te karakteristike i dodaje puno emotivniji i upečatljiv dizajn, koji na sve ostavlja pozitivan dojam. Na krilima tih pozitivnih promjena očekujemo da ćemo privući nove kupce, koji možda do sada nisu razmišljali o kupovini vozila marke ŠKODA. Taj pozitivni pomak zasigurno će utjecati na povećanje imidža marke u cjelini, te na učvršćivanje položaja na tržištu. 🚗