

Истории успеха наших сотрудников:

Елена Немухина, руководитель группы торгового маркетинга, Россия

— Елена, расскажите, как вы попали в маркетинг?

— Я окончила Академию труда и социальных отношений по направлению «Экономика». Ещё во время обучения в вузе я подрабатывала экономистом и бухгалтером, но понимала, что это далеко не та сфера, в которой мне хотелось бы профессионально развиваться.

В моём кругу общения были знакомые, которые работали в маркетинге крупных FMCG-компаний. Они делились своим опытом, рассказывали о задачах, которые решают. Меня заинтересовала реклама, продвижение продукции, и чтобы начать карьеру в этой сфере, я поступила в Московскую международную высшую школу бизнеса «Мирбис» на программу профессиональной переподготовки по направлению «маркетинг». После окончания программы я попробовала себя и в торговом маркетинге, и в бренд-менеджменте.

— Но в итоге вы сделали свой выбор в пользу торгового маркетинга. Почему?

— Торговый маркетинг имеет прикладную направленность с конкретным цифровым результатом. Мы — проводники стратегии к клиентам и покупателям, и это очень интересно.

Наша главная задача — успешная реализация категорийной стратегии совместно с отделом продаж. Это подразумевает целый комплекс тактических действий: проведение эффективных прибыльных промоакций — как ценовых, так и с нестандартными механиками — на правильный продукт в правильный период, программы лояльности, партнёрская поддержка отдела продаж в формировании правильного ассортимента, анализ трендов продаж, развитие категорий и другие проекты.

— Вы присоединились к Essity в 2013 году. Как вы узнали о нашей компании, и что вас в ней привлекло?

— В Essity работала моя знакомая. Она очень положительно и душевно отзывалась о корпоративной культуре, принципах семейственности, позитивной рабочей обстановке. Эти факторы были особенно важны для меня, учитывая мой предыдущий опыт работы. Кроме того, мне были интересны продукты и бренды компании, что не менее важно. Я пришла в Essity на позицию регионального менеджера по торговому маркетингу, а сейчас занимаю должность руководителя группы торгового маркетинга. В моём прямом подчинении шесть сотрудников: четверо отвечают за национальных клиентов и ещё двое — за региональный бизнес.

— Каковы ваши сильные стороны?

— Одна из моих сильных сторон — коммуникабельность. Мы все очень разные, и, как мне кажется, у меня получается найти индивидуальный подход, понять мотивацию и особенности людей. Также я никогда не ограничиваюсь рамками должностной инструкции, проявляю проактивность и смотрю на общую картину сверху. Если мой отдел вовлечён в процесс и я понимаю, что его можно улучшить, я обязательно предприму какие-то шаги. С моей точки зрения, это качество особенно актуально для той позиции, которую я занимаю. К своим сильным сторонам я могу отнести целеустремлённость, готовность брать на себя ответственность и принимать решения.

— Что для вас означает успех?

— Это всё очень индивидуально. Для меня успех — внутреннее ощущение удовлетворённости, счастья от того, что ты достиг важной для тебя цели и можешь идти дальше. Однако не стоит забывать, что достичь успеха без ошибок невозможно. Если что-то не получается, не стоит опускать руки. Нужно рационально подходить к неудачам — понять, в чём была ошибка, проанализировать свои действия и определить дальнейшие шаги.

