

Omega software Voditelj marketinga i PR-a o tome kako stvoriti i održati kvalitetne i produktivne timove

Mladen Čorda otkriva kako je to voditi marketinški i PR tim u IT sektoru

Svi moramo težiti istom cilju i bitno nam je da se svi osjećaju kao ponosni pripadnici Omeginog tima, ističe Čorda

NATIVE TIM PD/VL
redakcija@poslovni.hr

Mladen Čorda posljednje tri godine vodio je marketinšku i komunikacijsku strategiju Omega software d.o.o., te je zaslužan za uspješno provođenje strateškog rebrandinga i uvođenje novog vizualnog identiteta tvrtke. U dosadašnjoj karijeri obavljao je niz rukovodećih funkcija u regionalnim i multinacionalnim kompanijama kao što su Hrvatske autoceste, RWE Hrvatska i Slovenija te Omega Software. Diplomirao je na Fakultetu za turizam i vanjsku trgovinu u Dubrovniku, a titulu magistra iz područja marketinških komunikacija stekao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu.

Mladen, otkud ti u IT-u?

Nakon više od 15 godina u sektorima prometa i energetike odlučio sam da je već vrijeme da probam nešto novo, i eto me u IT-u, najperspektivnijem sektoru u Hrvatskoj.

Zašto Omega?

Da budem iskren, sasvim slučajno. Supruga koja također radi u IT-u godinama me je uvjeravala da je IT super i da moram probati. Zbog toga, kada je stigla ponuda od Omega nisam puno razmišljao, pristao sam i uletio na glavačke u ovaj sektor.

I, je li izbor bio dobar?

Moram priznati da je. U početku mi je bio šok raditi s hrpom developera koji su me čudno gledali, kao što će nam ovaj kad mi programiramo cool stvari – pa to valjda svi znaju. Ali nakon nekoliko projekata, evenata i zajedničkih druženja prihvatili su me kao dio ekipe. U suštini, kao i u svakoj drugoj industriji, što više čitate, razgovarate i postavljate pitanja, to postajete bolji u svom poslu i prihvaćeniji od ekipe oko sebe. Naravno, za ovakav posao bitno je da si fleksibilan i vrlo dobro organiziran.

Kažu da si dobar voditelj. Kako motiviraš svoj tim?

Svojim primjerom i pozitivnom energijom. Nastojim potaknuti sve da daju svoj maksimum i da budu otvoreni za nove ideje i izazove. Recimo, kada netko unutar tima prezentira novu ideju ili rješenje, ja postavim jednostavno pitanje: Zašto to radimo? Za koga? Želim da se stave u ulogu korisnika, da budu agilni i da izađu iz svoje zone komfora, jer tamo nastaje prava čarolija. Što više radite kreativne poslove i potičete se da razmišljate drugačije, s vremenom postajete kreativniji i bolji.

Mnogi marketing i PR shvaćaju samo kao oglas u novinama ili PR članak. Kako to izgleda u stvarnosti u IT sektoru?

To je tek zabluda. Marketing je pak kilometrima daleko od paušalnog shvaćanja marketinga kao promocije – ja ga više smatram prvim korakom u prodaji. To se osobito dobro vidi na IT tržištu koje je jako dinamič-

no, kompetitivno i stvari se brzo mijenjaju. Iako nisam programer ili poslovni konzultant, smatram da moram biti duboko i detaljno upoznat s našim proizvodima i uslugama. Bitno je također potruditi se i doista upoznati svojeg korisnika, jer ako znate kako izgleda njegov dan, koje su njegove potrebe i problemi, što ga tišti, a što motivira, znat ćete prepoznati gdje se njegov poslovni problem preklapa s našim rješenjem te mu to rješenje ponuditi u pravom trenutku.

Kako izgleda prosječan dan u marketinškim komunikacijama Omega?

Dan počinje pregledom društvenih i poslovnih mreža i analizom medijskih objava. Odgovori na razne upite i izrada no-

Bitno je da su zaposlenici zadovoljni

Ne tražimo od djelatnika da se uklope u 'kulturu Omega', nego pokušavamo Omegu prilagoditi našim djelatnicima i timovima u kojima rade

vih postova za društvene mreže jedina su rutina u ovom poslu. Sve ostale obaveze ovise od dana i prilika u kojima se nalazimo. Ako se pripremamo za odlazak na konferenciju, onda su dani pretrpani raznim obavezama. Potrebno je pripremiti pozive, dogovoriti prezentacije i govornike, pripremiti bazu novinara kojima ćemo se javiti, pripremiti promotivne materijale te unaprijed dogovoriti sastanke na konferenciji. Kada lansiramo novi proizvod ili uslugu, tu je onda i mnogo više posla – radi se na pripremi web stranice, snimaju se promotivni video materijali, treba se odraditi fotografiranje, pripremiti brošure i oglase. Jako pazimo na svaki detalj koji nas javno predstavlja. Vjerujemo da i najbolji proizvod neće biti uspješan ako imidž i brend nisu pravilno izgrađeni.

Najdraži dio posla svakako mi je organiziranje evenata, internih ili eksternih. Tu najbolje dolazi do izražaja kreativnost, ali i time management jer sve mora biti "vrhunski" odradeno i na vrijeme. Najveće mi je zadovoljstvo kad vidim da kolege i gosti uživaju i zabavljaju se, to je svojevrsna potvrda da smo svi skupa odradili svoje zadatke kvalitetno.

Koliko važnosti pridajete internoj komunikaciji i marketingu unutar Omega?

Jako nam je bitno da su zaposlenici zadovoljni i smatramo da je kvalitetna interna komunikacija bitni faktor za bolje poslovanje. Također, puno se ulaže u poboljšanje zadovoljstva i znanja svojih kolega – što kroz interne i eksternu radionice i događanja, a što kroz kvalitetu samog prostora i uvjeta rada. Puno truda ulažemo u to da stvorimo i održavamo kvalitetne i produktivne timove, a to sasvim sigurno nije moguće bez kvalitetnog internog komuniciranja. Svi moramo težiti istom cilju i bitno nam je da se svi osjećaju kao ponosni pripadnici Omeginog tima, a to će

se dogoditi samo ako smo uvijek spremni saslušati, ako potičemo jednu drugu i zajedno proslavimo individualne uspjehe. Ukratko, ne tražimo od naših djelatnika da se uklope u "kulturu Omega", nego upravo suprotno, pokušavamo Omegu prilagoditi našim djelatnicima i timovima u kojima rade.

Nove tehnologije i SEO?

Omega puno ulaže u nova znanja i tehnologije jer smatramo da kroz najnovije tehnologije isporučujemo najbolju vrijednost našim korisnicima. Sva naša rješenja koriste najbolje prakse, saznanja i tehnologije koje smo uspjeli pronaći. Slobodno odaberite tehnološki "buzzword" koji vas zanima i pokazat ću vam ne samo konkretni Omegin proizvod koji je na tim temeljima sagrađen, nego i zadovoljne korisnike koji crpe "benefite" te tehnologije.

Ako govorimo o webu i SEO-u smatram da je moj prioritet kreirati kvalitetan, originalan i relevantan sadržaj. Možemo imati najbolji SEO, no ako našem postojećem ili budućem klijentu, našem današnjem ili sutrašnjem djelatniku ne ponudimo kvalitetne, precizne i jezgrovite odgovore na pitanja zbog kojih je posjetio naša Internet odredišta, tada nismo dobro obavili svoj posao. Uspjeh Omega proističe iz kvalitete, pouzdanosti i fleksibilnosti naših proizvoda, iz ekspertize naših djelatnika, a sadržaj koji kreiramo i nudimo našoj publici to mora održavati.

Digitalizacija i Budućnost?

William Gibson je u jednom trenutku rekao kako je budućnost već ovdje, samo što nije podjednako distribuirana. Omega je u epicentru digitalizacije i izvor konkretnih tehnoloških i poslovnih rješenja za stotine naših klijenata i partnera. Mi se možda ne bavimo "najseksi" elementima digitalizacije, no za bilo koju instituciju ili trgovačko društvo koje se želi digitalno transformirati – ERP, uredsko poslovanje i u novije vrijeme IOT i zelena/energetska tranzicija pokrivaju 90% svih potreba, a upravo u tim vertikalama se nalaze sva Omegina rješenja.

Budućnost je tu, digitalizirana je, a Omega je može odmah isporučiti!

