Prezentacje i wywiady

1970-01-01

Myślę, że jestem świetnym przykładem na to, że kobieta może odnosić sukcesy w typowo męskiej branży. - rozmowa z Agnieszką Bobrukiewicz, Dyrektorem Marketingu Grupy Unimot rozwijającej sieć AVIA w Polsce i na Ukrainie.



Co zadecydowało o tym, że rozpoczęła Pani pracę w branży paliwowej? Dlaczego właśnie branża paliwowa i obecnie spółka UNIMOT?

W marketingu jestem obecna już ponad 17 lat, a w branży paliwowej prawie 10. Przez ten czas pracowałam w największym polskim koncernie paliwowym, w którym odpowiadałam za działania marketingowe na rynkach czeskim i słowackim. Tam właśnie zdobyłam duże doświadczenie zawodowe oraz wprowadziłam wiele innowacyjnych projektów. Kontynuacja pracy w tej branży była dla mnie naturalnym etapem zawodowym. Otrzymałam możliwość wykorzystania wiedzy i kompetencji w spółce UNIMOT, która odpowiada za rozwój sieci stacji paliw AVIA w Polsce i na Ukrainie. W momencie dołączenia do zespołu powierzono mi jasne zadania – stworzenie strategii i planu marketingowego, wypracowanie i wdrożenie nowego konceptu gastronomicznego pod kątem standardu wystroju wnętrza

stacji, wypracowanie nazwy i logo wprowadzanej na rynek marki własnej, wdrażanie szeregu projektów związanych z budowaniem pozycji poszczególnych spółek z Grupy Unimot, a także – najważniejsze – budowanie pozycji i rozpoznawalności marki AVIA. Lubię wyzwania. Ogromną satysfakcję dają mi praca nad rozwojem marki oraz wdrażanie innowacyjnych pomysłów. Przede mną i moim zespołem wciąż nowe projekty. Mamy też sporo sukcesów na swoim koncie i jestem przekonana, że niedługo będzie ich dużo więcej, a my jeszcze nie raz pozytywnie zaskoczymy rynek.

Czy trudno jest kobiecie pracować w „męskiej branży", a za taką jest uważana branża paliwowa?

Absolutnie nie. Myślę, że jestem świetnym przykładem na to, że kobieta może odnosić sukcesy w typowo męskiej branży. W Grupie UNIMOT odpowiadam za tworzenie i wdrażanie strategii marketingowej i komunikacyjnej marki AVIA w Polsce i na Ukrainie. Dodatkowo za wsparcie marketingowo-komunikacyjne wszystkich obszarów działalności Grupy Unimot: fotowoltaiki, paliw, gazu, energii elektrycznej i asfaltów. Obszary wydawać by się mogło męskie, ale uważam, że niezależnie od branży liczą się przede wszystkim kompetencje i doświadczenie. Zarówno o tym, jak i o wielu innych aspektach biznesowych mojej pracy opowiadam podczas prowadzonych przeze mnie spotkań mentoringowych. Oczywiście na początku zawsze warto sprawdzić, czy dana branża nam odpowiada, ale myślę, że ograniczenia są głównie w naszej głowie. Zespół, z którym kiedyś pracowałam, napisał pod moim zdjęciem – „Sky is not the limit" – i ja głęboko w to wierzę. Lubię udowadniać, że rzeczy, które z pozoru wydają się niemożliwe do zdobycia, są tak naprawdę w zasięgu naszej ręki. Warto podjąć ryzyko i sprawdzić się w różnych branżach czy środowiskach.

Jakie zdolności i umiejętności menedżerskie są najbardziej potrzebne w Pani pracy?

Kreatywność, bo produkt czy usługa musi się wyróżniać na tle konkurencji. Do tego dołożyłabym jeszcze elastyczność – bywa tak, że projekt trzeba zrobić od nowa i całkowicie zmienić kierunek działania. Decyzyjność, pełna odpowiedzialność za wdrażane projekty oraz przywództwo są również istotne w mojej pracy. Ważna jest też umiejętność zarządzania zespołem – należy nie tylko wymagać, lecz także dawać, pomagać i dzielić się swoim doświadczeniem. Trzeba zadbać o to, aby zespół nie stracił zapału i motywacji. Bez dobrego teamu nigdy nie odniesiemy sukcesu, dlatego ludzie są kluczowi w rozwoju firmy i ważne, aby tak się czuli.

Czego oczekuje Pani od współpracowników, swojego zespołu? Jakie umiejętności ceni Pani najbardziej, a co jest nie do przyjęcia?

Bardzo cenię samodzielność w działaniu, decyzyjność, efektywność, kreatywność i zaangażowanie pracowników. Ważne jest dla mnie branie odpowiedzialności za powierzone zadania oraz dotrzymywanie terminów. Staram się jednak dawać przestrzeń na popełnianie błędów i wyciąganie wniosków – na nich przecież uczymy się najwięcej jako pracownicy, jako szefowie i jako ludzie.

Jakim Pani jest szefem?

Chcąc odpowiedzieć zgodnie z prawdą, zapytałam o to mój obecny zespół. Otrzymałam taką odpowiedź: wymagającym, kreatywnym, wyrozumiałym, „ludzkim", motywującym, empatycznym i skoncentrowanym na celu. To bardzo miłe przeczytać takie słowa od swoich współpracowników. Relacja z ludźmi jest dla mnie bardzo ważna. Zależy mi na tym, aby pracownicy czuli się dobrze w miejscu pracy, spełniali się zawodowo. Każdy z nas jest inny, mamy inne kompetencje, ale w pracy się uzupełniamy i tworzymy zgrany zespół. Zgadza się, że skupiam się na wynikach i osiąganiu coraz większych sukcesów. Angażuję się w każdy projekt w stu procentach, dlatego wymagam też tego od współpracowników. Jednocześnie staram się ich wspierać i motywować. Po 17 latach pracy stwierdzam, że koncentracja na rozwiązaniach, a nie problemach, to najlepszy kierunek w pracy z zespołem.

Odpowiada Pani za tworzenie i wdrażanie strategii marketingowej i komunikacyjnej marki AVIA, za jej działania promocyjne. Jak rodzą się nowe koncepcje? Skąd czerpie Pani pomysły?

Kreatywność jest we mnie od zawsze – mam milion pomysłów na minutę – myślę, że to moja mocna strona. Natomiast, aby rozwijać pomysły, trzeba czerpać inspiracje z różnych źródeł. Należę do osób, które ciągle uczą się czegoś nowego. Śledzę rozwój nowych technologii, dużo czytam, słucham podcastów, biorę udział w szkoleniach, burzach mózgu czy sesjach networkingowych z osobami, które osiągnęły sukcesy w różnych dziedzinach – dzięki temu mogę spojrzeć na projekty szerzej, z nową wiedzą i wizją. Dodatkowo udzielam się charytatywnie jako mentorka w wielu fundacjach w Polsce, USA i Czechach. Dzielę się swoją wiedzą i czerpię ją także od moich podopiecznych.

Jakie największe wyzwania stoją obecnie i w najbliższej przyszłości przed Panią oraz kierowanym przez Panią Zespołem/Działem Marketingu?

Pozycjonowanie i rozpoznawalność marki AVIA w Polsce i na Ukrainie to jedno z naszych kluczowych zadań. Jako Grupa UNIMOT dynamicznie rozbudowujemy sieć stacji paliw AVIA, sukcesywnie otwieramy nowe punkty wyposażone w koncept gastronomiczny Eat&Go, przed nami wdrażanie kolejnych, dużych projektów. Wszystkie wyzwania bardzo mnie motywują do działania. Jestem pewna, że osiągniecie celów, jakie wyznaczyliśmy sobie na kolejny rok, sprawi, że staniemy się jednym z kluczowych graczy na rynku.

Jest Pani kobietą sukcesu. Jakie ma Pani przesłanie do kobiet, które marzą o tym, aby „wspiąć się na wyżyny”?

Zawsze to powtarzam, bo to mój klucz do sukcesu – nigdy, ale to nigdy się nie poddawaj. Wyznacz sobie swój cel, określ jasno działania i konsekwentnie je wdrażaj, bez względu na niepowodzenia. Warto pamiętać, że sukces nie przychodzi łatwo, wymaga poświęcenia, ciężkiej pracy, zaangażowania i przede wszystkim wiary w siebie i własne możliwości. Z pewnością nie będzie łatwo, ale warto.

Co poradziłaby Pani kobietom, które chciałyby robić karierę w branży paliwowej?

Myślę, że po prostu trzeba spróbować, zrobić pierwszy krok. Tylko dzięki konkretnemu działaniu przekonamy się, że coś jest dla nas bądź nie. Oczywiście doświadczenie w branży motoryzacyjnej czy FMCG na pewno pomoże i będzie dodatkowym atutem, ale uważam, że jeśli jesteśmy zmotywowani, nie boimy się podejmować ryzyka, to możemy zdobyć potrzebne doświadczenie i osiągnąć sukces nawet w zupełnie nowej dla nas branży.

Wywiad ukazał się w wydaniu 10,11,12/2021 magazynu "Paliwa Płynne"

Źródło:
https://paliwa.pl/paliwa-plynne/czytelnia/prezentacje-i-wywiady/mysle-ze-jestem-swietnym-przykladem-na-to-ze-kobieta-moze-odnosic-sukcesy-w-typowo-meskiej-branzy-rozmowa-z-agnieszka-bobrukiewi