

Prezentacje i wywiady

2022-03-16

Najważniejsze zadanie, jakie zostało postawione na początku mojej pracy w AMIC Polska to stworzenie nowego konceptu sklepu – rozmowa z Irminą Karpińską, Dyrektorem Marketingu i Convenience Amic Energy w Polsce



Co zadecydowało, że rozpoczęła Pani pracę w branży paliwowej?

Przypadek. Zaraz po skończeniu studiów na Wydziale Ekonomii i Zarządzania UMCS w Lublinie przyjechałam do Warszawy w poszukiwaniu pracy. Był rok 1998, a więc czasy kiedy każdy poniedziałek rozpoczynało się od czytania dodatku Praca w „Gazecie Wyborczej”. Szukałam pracy zgodnej z profilem studiów i tak trafiłam na rekrutację na stanowisko asystenta ds. marketingu w firmie Statoil. Jestem bardzo sentymentalna, dlatego wycięte z gazety ogłoszenie mam do dzisiaj w moim pudełku z pamiątkami. I tak właśnie rozpoczęła się moja przygoda z branżą paliwową, która trwa do dziś. Od 24 lat jestem związana z branżą pracując kolejno w firmach Statoil, Lotos, Circle K i od 4 lat w firmie AMIC Polska. Śmiało mogę powiedzieć, że branżę paliwową znam od podszewki.

Czy trudno jest zarządzać kobiecie w „męskiej” branży, za jaką uważana jest branża paliwowa. Z jakimi trudnościami mierzyła się Pani albo mierzy do tej pory?

Mówiąc szczerze w ogóle nie mam poczucia, że jest to męska branża. Moją pierwszą szefową była kobieta. Obecnie w dziale, którym mam przyjemność zarządzać pracuje 10 kobiet i 5 mężczyzn, co zdecydowanie przeczy tezie o męskości branży paliwowej. W firmie AMIC Polska jest bardzo wyrównany parytet płci (50/50), a wiele stanowisk menadżerskich zajmują kobiety. Poza tym nasza branża to nie tylko paliwo. Coraz większe znaczenie ma sklep, oferta gastronomiczna, kawiarniany charakter wystroju stacji. Stacje paliw zmieniają się dynamicznie. Trudności, z którymi przychodzi nam się mierzyć wynikają raczej z koniunktury, struktury organizacji oraz możliwości szybkiego reagowania na zachodzące zmiany niż z „męskości” branży. W moim postrzeganiu pracowników płeć nie ma żadnego znaczenia.

Jak zmienia się rola kobiet w biznesie i we współczesnym zarządzaniu?

Kobiety w biznesie od wielu lat odgrywają ważną rolę i burzą stereotypy. Z własnego doświadczenia wiem, że kobiety które są ambitne i chcą rozwijać się zawodowo doskonale potrafią połączyć życie prywatne z pracą zawodową. Znakomicie odnajdują się na ważnych stanowiskach niezależnie od rozmiaru firmy czy branży, w której pracują. Pozycja kobiet ciągle się umacnia, chociaż wynagrodzenie wciąż w wielu firmach pozostawia wiele do życzenia. Na szczęście w firmie AMIC łamiemy stereotypy.

Obecnie odpowiada Pani za dział Marketingu i Convenience AMIC Polska. Jakie zadania postawione są przed Panią i Pani zespołem? W jaki sposób zmieniła się Pani praca przez ostatnie 4 lata?

Pracę w AMIC Polska rozpoczęłam w styczniu 2018 roku. Muszę przyznać, że sama jestem zaskoczona, jak szybko minął ten czas. Jednym z powodów jest bardzo wiele projektów, nad którymi pracowaliśmy wspólnie z zespołem. Najważniejsze zadanie, jakie zostało postawione na początku mojej pracy w AMIC Polska to stworzenie nowego konceptu sklepu. Już w maju 2018 roku powstały pierwsze stacje prototypowe w nowym konceptie – w Zakopanem i Mikołowie. Projekt został bardzo dobrze oceniony przez naszych klientów. Otrzymywaliśmy też bardzo pozytywne komentarze z rynku – od naszych dostawców, firm współpracujących, jak również naszych konkurentów. Sukcesywnie przebudowywaliśmy kilkanaście sklepów rocznie. Zmodernizowaliśmy już ponad 85 stacji. Do końca roku 2022 mamy w planach kolejne stacje, a cały proces zakończy się w 2023 roku. Kolejnym ogromnym projektem, który rozpoczął się pod koniec 2018 roku to projekt rebrandingu sieci. Nowe logo na totemie, nowa wizualizacja zewnętrzna stacji oraz opracowanie strategii marketingowej rebrandingu to działania, które zakończyliśmy z sukcesem w pierwszej połowie 2019. Nasz brand jest nowoczesny, bardzo czytelny, a stacje stały się zgodnie z naszym hasłem rebrandingowym „Miejscem dobrej energii”. To projekt, który wymagał zaangażowania wielu osób i współpracy wszystkich działów w firmie. Jesteśmy dumni z tego jak sprawnie ten proces przygotowaliśmy i wdrożyliśmy. W czerwcu 2019 roku uruchomiliśmy nasz program lojalnościowy Driver Club. Nieustannie pracujemy nad poprawą jego funkcjonalności, tak aby był on jeszcze bardziej atrakcyjny dla naszych klientów. Wdrażamy też nowe rozwiązania w aplikacji mobilnej. Chcemy, aby klienci korzystali z niej częściej, a oferty w aplikacji były jeszcze bardziej atrakcyjne. Bardzo ważnym aspektem naszych zmian w obszarze rozwoju sprzedaży pozapaliwowej jest współpraca z SUBWAY, którą konsekwentnie rozwijamy od czerwca 2018 roku. We wrześniu 2021 roku świętowaliśmy otwarcie 50 restauracji SUBWAY, a do końca 2022 ponad połowa stacji w naszej sieci będzie miała ofertę SUBWAY. Spełniliśmy nasze ambicje – jesteśmy obecnie największym franczyzobiorcą SUBWAY w Polsce. Ale sprzedaż pozapaliwowa to nie tylko SUBWAY. Równolegle rozwijamy naszą gastronomię pod marką Food Point. W ostatnim roku zrobiliśmy sporą rewolucję w ofercie – nowe smaki, nowa komunikacja marketingowa to tylko niektóre aspekty pracy zespołu nad tym konceptem. W czerwcu 2021 roku na pięciu stacjach paliw AMIC Energy uruchomiliśmy testowo, nowy koncept kawowy pod marką COSTA COFFEE. Projekt jest efektem naszej współpracy z właścicielem marki COSTA – firmą Coca-Cola HBC Polska. Wspólnie stworzyliśmy zupełnie nowy model biznesowy.

Mamy też czym się pochwalić w obszarze rozwoju produktów marki własnej. Obecnie w naszym portfolio mamy napoje energetyczne i wodę IMPET, piwo marki własnej „Dzik w chmielu”. Stworzyliśmy design unikatowych zapalniczek AMIC dostępnych tylko w naszej sieci, zapach samochodowy AMIC Rally Team. Nasz zimowy płyn do spryskiwaczy IMPET uzyskał najlepszą ocenę w teście sieciowych stacji paliw przeprowadzonym przez Magazyn „Motor” we współpracy z Instytutem Transportu Samochodowego. Na początku 2021 roku stworzyliśmy zespół rajdowy AMIC Rally Team. Rozszerzyliśmy swoją obecność w rajdach RSM. Wspieramy młodych zawodników, promujemy sportową rywalizację, doceniając siłę zespołu i wierząc w moc energii płynącej z pokonywania przez ekipy kolejnych odcinków. Ostatni rok to również intensywne prace nad przygotowaniem oferty franczyzowej. Na rynku stacji paliw jesteśmy jedyną siecią, operującą tylko na stacjach własnych. Wierzymy, że oferta, którą stworzyliśmy dzięki wieloletnim doświadczeniom w branży osób zaangażowanych w jej przygotowanie będzie idealnie skrojona pod oczekiwania właścicieli stacji paliw. Nowoczesny koncept sklepowy, kawowy oraz gastronomiczny to nasza duma. Wiemy, że jesteśmy dobrze postrzegani na rynku, a nasz rebranding udowodnił, że jesteśmy prężnie działającą organizacją, która szybko reaguje na zmiany zachodzące w branży. Tak w skrócie można opisać ostatnie 4 lata pracy w AMIC. Dużo wyzwań, ale też ogromna satysfakcja z wyników i pracy we wspólnym zespole, z którym wspólnie budujemy nasze miejsca dobrej energii. Bez zaangażowania pracowników zarówno na stacjach, jak i w biurze nie dałoby się tak wiele osiągnąć. Jestem osobą, która uwielbia nowe projekty i kolejne wyzwania. Od lat mam swoją cegiełkę w budowaniu rynku stacji paliw. Z dumą patrzę na efekty, ale jednocześnie myślę o kolejnych.

Jakie umiejętności ceni Pani sobie najbardziej u swoich pracowników?

Przede wszystkim w pracownikach szukam potencjału. Umiejętności twardych można się szybko nauczyć, jeżeli ma się pewne cechy charakteru. Cenię ludzi, którzy poszukują nowych rozwiązań, nie zamykają się w raz ustalonych ramach, ale stale szukają inspiracji oraz pomysłów, aby zrobić coś inaczej, lepiej, bardziej efektywnie. Dla mnie ważne są pracowitość, uczciwość, lojalność i zaangażowanie. Bez pełnego zaangażowania i pozytywnego nastawienia do pracy trudno jest osiągać bardzo dobre efekty. Osoby, które przychodzą do pracy z entuzjazmem, są otwarte na ludzi i szczerą komunikację zyskują wiele w moich oczach. Bardzo ważne jest dla mnie budowanie zaufania. Cenię pracowników, którzy szczerze potrafią przyznać się do popełnionych błędów, bez przerzucania odpowiedzialności na innych czy też ubarwiania okoliczności, w jakich to się przytrafiło. Wyznam zasadę, że tylko ten co nic nie robi nie popełnia błędów. W pracy spędzamy większość swojego życia, dlatego bardzo ważna jest dla mnie atmosfera, jaka w niej panuje. Lubię pracować z ludźmi, którzy odpowiedzialnie podchodzą do swoich obowiązków, a jednocześnie potrafią się śmiać i rozładowywać napięcia związane z sytuacjami stresowymi, jakich nie brakuje w żadnej branży.

Co uważa Pani za swój największy sukces podczas dotychczasowej kariery zawodowej?

Ten wywiad i pytanie o ostatnie 4 lata mojej pracy spowodowały chwilę refleksji nad tym, ile się wydarzyło. Trudno mówić o największym sukcesie bez ludzi. To chyba jest dla mnie najistotniejsze. Żaden z projektów, w które jestem zaangażowana nie byłby sukcesem, gdybym na swojej drodze zawodowej nie spotkała tylu osób, z którymi chcę pracować i z którymi praca staje się nie tylko obowiązkiem, ale też przyjemnością. Mam poczucie spełnienia zawodowego i radości z miejsca, w jakim się obecnie znajduję. Praca w AMIC z zespołem, w którym jest ogromna chęć wspólnego działania, radość z pracy i optymizm to niewątpliwie największy sukces i motywator do zaangażowania w kolejne projekty.

Co poradziłaby Pani kobietom, które chciałyby tak jak Pani podążać ścieżką zawodową w branży paliwowej?

Nie myśleć, że to branża męska, bo tak jak powiedziałam to tylko stereotypy. Podążać za swoją kobietą intuicją. Nie ograniczać się do działań w swoim obszarze, być otwartym na możliwości pojawiające się na rynku, czy w firmie, w której pracujemy. Grać w otwarte karty i jasno wyrażać swoje oczekiwania.

Stanowczość to nie tylko męska cecha.

Wywiad ukazał się w wydaniu 1/2022 magazynu "Paliwa Płynne"

Źródło:

<https://paliwa.pl/paliwa-plynne/czytelnia/prezentacje-i-wywiady/najwazniejsze-zadanie-jakie-zostalo-postawione-na-poczatku-mojej-pracy-w-amic-polska-to-stworzenie-nowego-konceptu-sklepu-rozmow>