

Hovoříme s vedoucím odboru Marketing

Nad nedávnými změnami ve zmíněném odboru jsme se sešli s jeho vedoucím ing. Michalem Wdowyczynem. Pan Wdowyczyn absolvoval v roce 1985 obor tepelné, jaderné stroje a zařízení na ČVUT v Praze, v roce 1994 získal diplom CIMA/NIMA A od Českého institutu pro marketing a v současné době dokončuje studium MBA na Masarykově ústavu vyšších studií při ČVUT a Sheffield Business School. Ve ŠKODĚ PRAHA začal v roce 1987 jako projektant, dále působil ve funkci vedoucího projektanta pro některé nabídkové projekty výstavby odsiřovacích zařízení elektráren společnosti ČEZ. V roce 1993 nastoupil do odboru Rozvoj společnosti, kde se začal zabývat marketingem. V roce 1995 zaujal post vedoucího oddělení Průzkum trhu, od počátku letošního roku vede odbor Marketing. V květnu 1997 byl pověřen vedením odboru Nabídky, který se záhy sloučil s odborem Marketing. Ing. Wdowyczyn je ženatý a má dvě děti.

1) Pane inženýre, mohl byste nám ve stručnosti přiblížit náplň činnosti útvaru, v jehož čele stojíte?

Úplně nezákladnější činnost útvaru představuje ošetření obchodních případů spadajících do kompetence *Obchodního úseku* od jejich samého počátku, tedy od akvizičních aktivit, až do podpisu kontraktů v případě, že zákazník naší nabídku přijme. Pro objasnění, do kompetence *Obchodního úseku* patří pouze obchodní případy mající charakter kompletované nebo exportní zakázky. Kompletovaná zakázka rozumíme případy, na jejichž realizaci se podílí jak obchodní, tak i projektční, montážní a výrobní složky podniku. Uzavřením kontraktu pak již tzv. nabídková fáze projektu a je předán do odboru *Obchod*, který zajišťuje vlastní realizaci.

Druhou, neméně významnou činností je tvorba marketingového plánu, kompletné podnikatelského plánu ŠKODY PRAHA a poskytování konzultačních a poradenských služeb v oblasti finančních a ekonomických analýz projektů.

Další důležitou aktivitu představuje budování systému obchodních informací a jeho následné spravování. Zde sbíráme a uchováváme informace o vlastních obchodních aktivitách podniku a informace o vnějším podnikatelském prostředí, tj. vývojových trendech na trzích, aktivitách konkurenčních firem a podobně.

2) Z jakých podřízených oddělení se odbor Marketing skládá?

Odbor sestává ze sedmi oddělení a referátů. Tyto útvary se již dále nečlení a vytvářejí tak plochou organizační strukturu, jejíž jednotlivé části se zabývají určitými specializovanými činnostmi. Samotné nabídkové projekty, a nejen ty jsou pak zajišťovány pracovními týmy, které tvoří odpovídající specialisté napříč touto organizační strukturou.

Oddělení *Databáze a analýza* odpovídá za vybudování a spravování již zmínovaného systému obchodních informací. Jeho pracovníci rovněž zpracovávají finanční a ekonomické studie projektů. Referát *Obchodní strategie* se zabývá tvorbou obchodního plánu a kompletací podnikatelského plánu akciové společnosti. Jeho činnost se orientuje zejména na koncepční práci. Oddělení *Obchodní akvizice* provádí první kontakt se zákazníkem, zjišťuje a analyzuje jeho potřeby a dále rozvíjí vztahy s perspektivními klienty. Současně oddělení řídí činnost obchodních zástupců, ať vlastních či smluvních. Oddělení *Nabídky* vytváří již konkrétní nabídky a jeho pracovníci, manažeři jednotlivých nabídkových týmů jsou odpovědní za úspěšnost nabídkové činnosti. Zajišťují kontakt se zákazníkem, řídí nabídkový tým a koordinují činnosti potřebné pro zpracování nabídek. Oddělení *Kompletace nabídek* se zabývá fyzickým zpracováním a kompletací nabídkových dokumentů a dále provádí poptávkové řízení u našich subdodavatelů. Oddělení *Ceny a finance* provádí cenové kalkulace, analyzuje cash - flow zakázek a zabývá se zajišťováním financování projektů formou odběratelských úvěrů. Při zabezpečování ostatních druhů financování spolupracuje s úsekem *Finance a ekonomika*. A konečně referát *Obchodní smlouvy* se specializuje na koncepční práci v oblasti tvorby obchodních smluv.

3) Kolik pracovníků v nich pracuje?

Dnes v odboru pracuje celkem 46 zaměstnanců, z toho nejvíce jich soustřeďuje oddělení *Kompletace nabídek* (13), následuje oddělení *Ceny a finance* (9) a oddělení *Nabídky* (8). Do budoucna však vzhledem k záměru zvýšit efektivnost práce odboru předpokládám určité snížení celkového počtu pracovníků.

4) Proč došlo k začlenění odboru Nabídky do odboru Marketing, co tato změna přinese?

Toto je časté nepochopení provedené integrace činností. Nedošlo totiž k začlenění odboru *Nabídky*, nýbrž došlo ke spojení dvou odborů - *Nabídky* a *Marketing* a k včlenění oddělení *Ceny a finance*. Výsledný odbor nese název *Marketing*, protože marketingové aktivity představují jejich společný prvek.

Provedená změna má zásadní vliv na zvýšení pružnosti a efektivnosti nabídkové činnosti, neboť zde došlo k integraci spolu souvisejících činností do jednoho celku. Od toho očekávám zlepšení komunikace a možnost přímé koordinace souvisejících činností díky zjednodušení a zploštění organizační struktury a zavedení týmové práce. Kromě toho není bez zajímavosti, že tato integrace v praxi znamená výrazné snížení počtu řídicích pracovníků, konkrétně u vedoucích odboru ze 2 na 1, v případě vedoucích oddělení a referátů z 10 na 7.



Ing. Michal Wdowyczyn, vedoucí odboru Marketing

5) Můžete nastínit hlavní záměr, cíl odboru a cesty k jeho dosažení?

Nejobecněji řečeno, naším hlavním cílem je zajištění odpovídající zakázkové náplně a splnění cílů stanovených vedením akciové společnosti. Ty jsou v současné době formulovány a budou poměrně jasně definovat hlavní priority a úkoly pro obchodní činnost.

Pokud se týká cest k dosažení těchto cílů, za stěžejní zde považuji zvýšení efektivnosti nabídkové činnosti, tedy velmi zjednodušeně řečeno zvýšení počtu získaných zakázek se stejným, popřípadě nižším počtem pracovníků. Toho lze dosáhnout důslednou selekcí poptávek a zvážením reálnosti nabídek. Pozornost pak budeme věnovat pouze nabídkám, které mají reálnou šanci na úspěch.

(Dokončení na str. 6)

ČELÁKOVICE - dokončení ze str. 4

Další složkou pracující v čelákovickém středisku je doprava, která zajišťuje veškeré dopravní služby v rámci celého podniku, počínaje dopravou osobní i nákladní a konče u speciálních těžkých jeřábů. V dopravním středisku pracuje 17 zaměstnanců. Pro úplnost uvedme, že řízení celého čelákovického provozu (středisko 1840) zabezpečují 4 lidé.

V areálu nalezneme halu pro montáž nástaveb na automobily, dále montážní a menší výrobní halu, elektrodílnu, strojní dílnu a opravnu jeřábů.



Rozebíratelná cívka na kabely