

Planurile unui CEO la început de drum

07 Nov 2017 | de Alina Dragomir



[1]

Cea mai bună lecție pe care Mihai Neagu a primit-o de-a lungul carierei a fost că trebuie să investească în el ca să poată crește. A luat în serios acest lucru și în iunie, cu o lună înainte de a face 41 de ani, a preluat frâiele Mogyi România. Jucător de echipă și orientat către dialog, managerul a pus oamenii în fruntea listei de priorități pentru că, din punctul său de vedere, în condițiile actuale ale pieței, capabilitățile angajaților sunt cheia către succes.

Cultura lucrului făcut de tine. La doar 41 de ani, Mihai Neagu se numără printre managerii de cursă lungă din industria bunurilor de larg consum, având la activ o experiență de peste 20 de ani. Și nu, nu este o greșală când spun peste 20 de ani, pentru că primul său job a venit imediat după terminarea liceului. „Deși provin dintr-o familie înstărită și am fost întotdeauna un răsfățat al sorții și al familiei, tatăl meu mi-a transmis ideea de independență financiară și cultura lucrului făcut de mâna mea. Astfel, după ce am terminat liceul energetic în Ploiești m-am

angajat la o firmă de distribuție ca agent de vânzări. Și mi-a plăcut foarte tare, mai ales că aveam exemplul părinților mei care lucrau de la 7:00 la 16:00 și era o rutină care nu se potrivea cu ceea ce îmi doream eu. De cealaltă parte jobul meu îmi oferea libertate de mișcare, dar și oportunitatea de a mă dezvolta și de a cunoaște o mulțime de oameni”, povestește Mihai.

Și toate aceste aspecte l-au determinat să ia în serios primul său job în industrie. „Nu aveam habar de nimic. Nu știam ce este o rută, de ce trebuie să duci marfa dintr-o parte în alta, cum stă treaba cu depozitele, dar nimeni nu se aștepta să știu. Atunci era perioada frumoasă a distribuției în care toată lumea învăța făcând. Nu existau companii foarte mari, ci doar companii care se dezvoltau și mi-am dorit să cresc și eu odată cu industria”, mai spune managerul.

Așa că, în primă fază, a pus jobul pe primul plan, renunțând la studii. „La început, ai mei m-au înțeles, însă după doi ani, tatăl meu mi-a zis că a trecut suficient timp și că nu pot să amân la nesfârșit, așa că m-am înscris la facultate și nu la una oarecare, ci la cea pe care el și-a dorit-o foarte mult, inginerie mecanică și electrică. Era practic o tradiție de familie și nu se putea să rup eu lanțul de ingineri din tată în fiu. Dar m-a solicitat destul de mult pentru că am făcut-o în paralel cu jobul”, susține acesta.

Lecții învățate între atunci și acum. Vânzările au fost practic prima dragoste, așa că întreaga carieră a lui Mihai este legată de acest domeniu. Iar în cei peste 20 de ani petrecuți în industria FMCG, managerul a lucrat în companii importante, printre acestea numărându-se European Drinks, Covalact sau Kandia. Însă, dincolo de experiența pe care a acumulat-o în fiecare organizație, principalul atu constă în faptul că a trecut prin toate etapele. „Avantajul meu major este că nu am sărit din viteza întâi într-a opta, eu am trecut prin aproape toate pozițiile. Am fost agent de vânzări, supervisor, director de vânzări regional, director comercial, director de vânzări, manager de echipe mici. Și cred că acesta a fost avantajul cu care am venit în fiecare companie pentru că îmi era ușor să înțeleg mecanismul businessului”, explică Mihai.

Mai mult, odată cu fiecare schimbare de job, Mihai a schimbat și categoria. Însă nu a privit niciodată acest lucru ca pe o provocare, ci mai degrabă ca pe oportunitate de dezvoltare. „Niciodată nu am considerat că îți câștigi know-how-ul în categorie. Dacă vorbim despre supervising sau management contează mai mult tehnica decât produsul în sine pentru că în maximum trei luni înveți produsul. Dar evident că

fiecare experiență profesională vine la pachet cu provocări și cred că principala dificultate, care este general valabilă, este să găsești o echipă potrivită, cu care să construiești lucruri. Apoi este piața în sine și bătaie pentru cotă de piață și nu în ultimul rând provocări care țin de organizare, de proiecte speciale, însă majoritatea rezidă din obiectivele companiei”, este de părere managerul.

Și unul dintre proiectele speciale, care a avut o miză foarte mare, a fost în Covalact, unde misiunea lui Mihai a fost una cât se poate de clară: majorarea cotei de piață. „Ca să fiu mai precis, brandul Covalact nici nu apărea în datele Nielsen și obiectivul nostru a fost să schimbăm acest lucru. Așa a apărut Coana Chiva și după nici un an s-au văzut progrese”, își amintește Mihai.

Tot la capitolul provocări merită menționat și faptul că de fiecare dată a ales să nu lucreze pentru liderul de piață, ceea ce a atras după sine o luptă mai mare pentru a câștiga cotă de piață. „Provocarea este cu atât mai mare, însă nu înseamnă că ești mai fericit dacă ești lider pentru că trebuie să îți aperi poziția. Oricine vine din spate mușcă din cota liderului de piață și practic ești atacat de toată lumea, ceea ce nu e tocmai ușor de gestionat”, explică executivul.

Provocările prezentului. Înainte de a accepta propunerea Mogyi, Mihai a ocupat pentru cinci ani poziția de Director Comercial la Kandia. De ce a ales însă să plece? „Vechiul job nu mă mai solicita la modul în care îmi place să fiu solicitat. S-a ivit această ocazie, a fost un interviu sănătos care, pus cap la cap, a durat vreo 12 ore. Ce m-a determinat să accept a fost seriozitatea cu care au ținut interviul pentru că mi-am dat seama că este o companie care vrea pe cineva care va rămâne. De asemenea, am apreciat faptul că o sesiune de interviu a fost 90% bazată pe HR, ceea ce m-a făcut să mă gândesc, și ulterior mi s-a confirmat, că țin la angajați”, precizează managerul.

Cât despre trecerea pe o poziție de conducere, Mihai spune că este o provocare pe care și-a dorit-o. „Până acum am gestionat doar partea comercială și trade-ul. Acum coordonez și financiarul și logistica, trebuie să fiu atent la relația cu oamenii. Chiar dacă 80% din business e comercial, sunt mai multe aspecte pe care trebuie să le am în vedere”, mai spune executivul.

Mai mult, numirea sa vine după un 2016 care a adus o creștere a afacerilor Mogyi de peste 30%, ceea ce ridică din start nivelul așteptărilor. „S-a creat un benchmark, nu se mai poate altfel decât

double-digit. Însă trebuie să recunosc că avem și front de lucru. Sunt branduri faine, există obsesia calității la nivel de produs, astfel că această creștere de două cifre nu e chiar de speriat”, detaliază acesta.

Priorități pe agendă. În ceea ce privește obiectivele sale, în linii mari este vorba despre majorarea cotei de piață la nivelul businessului și despre investițiile în oameni și construirea unei echipe închegate. „Știm unde vrem să ajungem în viitor. În principiu sunt niște stucturi de procese simple în piață indiferent că vorbim despre Mogyi sau orice altă companie. Contează capabilitatea cu care implementezi, așa că focusul meu în momentul de față sunt oamenii și modul în care organizăm lucrurile. Cu clienții sunt ok pentru că sunt de mult în piață și nu am nevoie de introduceri. Însă, de când am semnat și până acum am încercat să ajung în toate punctele de lucru ca să fac cunoștință cu oamenii, să vadă cine sunt”, precizează managerul.

Cât despre relația sa cu angajații, Mihai a învățat de-a lungul timpului că nu poți face totul singur și că trebuie să ai o echipă în spate care să te susțină. „Nu mă pot împărți în 20 de direcții, mai ales că vorbim despre 150 de angajați. Cred că e important să ascuți pentru că tehnic nu cred că suntem mai buni decât angajații noștri. Un agent vinde mai bine decât mine, recunosc. Nici mental nu cred că aș mai fi pregătit să intru în acest război, care e mult mai dur decât atunci când eram noi agenți. Însă este necesar ca lucrurile să se întâmple atunci când trebuie. Încrederea nu înseamnă lipsa de control”, susține executivul.

Astfel, Mihai mizează în primul rând pe dialog și pe sinceritate. „Îmi place dialogul direct, nu am corner attitude. Dacă e ceva ce vreau să comunic o fac fără rețineri și același lucru îl aștept și de la ei pentru că niciodată nu o să știu mai bine ce se întâmplă pe teren. Aș greși dacă aș încerca să-mi impun punctul de vedere”, spune acesta.

What's next? Potrivit planului său de carieră pe care l-a făcut când avea 25 de ani, peste 10 ani Mihai ar trebui să ocupe o poziție regională. Nu exclude însă nici antreprenoriatul, mai ales că toate companiile în care a lucrat până acum sunt antreprenoriale. „Am învățat de-a lungul timpului că un manager trebuie să investească în el și un rol important l-a avut unchiul meu Cătalin Ionescu, unul dintre fondatorii Codecs. El a fost cel care m-a întrebat ce vreau să fac cu viața mea și m-a ajutat să-mi fac un plan bine stabilit. Și până acum chiar m-am ținut de el. De exemplu, știam că la 40 de ani o să încep MBA-ul, îmi propusesem să devin General Manager tot la 40 de ani. E

fain să vrei să urci în carieră, dar trebuie să ai grijă cât de sus vrei să urci pentru că vântul bate mai tare. În plus, dacă urci, trebuie să fii pregătit să iei tot ce vine la pachet cu asta, nu doar beneficiile”, mai spune Mihai.

La întrebarea ce sfat i-ar da unui tânăr de 19 ani care este la primul job în FMCG, executivul spune că de-a lungul timpului a învățat că nu trebuie să zici tot timpul „da” și niciodată nu ai o a doua șansă pentru o primă impresie. „O altă lecție importantă ar fi că nu poți să păcălești clientul decât o singură dată și să nu uite că vânzările nu sunt un job de nevoie, trebuie să îți placă ceea ce faci ca să ai șanse de reușită. Și evident, să se dezvolte. Companiile se schimbă și sunt angajați care tind să nu vadă acest lucru”, atrage atenția managerul.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articole/planurile-unui-ceo-la-inceput-de-drum>

Legături

[1] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/213-profil-mihai-neagu-mogyi.jpg>