

Prima femeie CEO la conducerea L'Oréal România, un manager al extremelor

12 Aug 2019 | de Alina Stan



[1]

Vanya Panayotova este pentru a treia oară în România, de data aceasta fiind prima femeie CEO care conduce operațiunile locale ale gigantului francez L'Oréal. O reîntoarcere pe un teren confortabil, alături de românii cu care managerul bulgar se identifică la nivel de valori și mentalitate și în același timp o mostră despre cum extremele i-au modelat traseul profesional și personal într-un mod cât se poate de inedit.

Două cuvinte par să definească traseul profesional al Vanyei Panayotova, managerul bulgar care în septembrie 2018 prelua conducerea businessului local al francezilor de la L'Oréal: extreme și provocări. Cum pot acestea să se îndeplinească atât de armonios am descoperit pe parcursul unei ore petrecute alături de Vanya, trecând de la subiecte precum puterea de a echilibra viața personală cu o carieră de succes, pasiunea pentru natură și participarea la maratoane, până la

lecțiile învățate odată cu contactul cu oameni din diferite părți ale globului.

„Nu am căutat eu extremele, ci ele au venit spre mine. Interesant este că viața te poate duce spre situații foarte diferite. Iar femeile, în special, trebuie să se balanseze între carieră și viața personală. Pentru mine a fost mereu o provocare de a mă echilibra între a fi o persoană foarte orientată spre business, urmărind rezultate și succes, încercând în același timp să îmi mențin latura umană. De asemenea, trebuia să fiu persoana care ține cont de oameni și cea care pune presiune pentru a obține rezultate. Mai mult, am învățat de-a lungul timpului că trebuie să găsești armonia între moștenirea culturală pe care o ai și contextul internațional în care activezi. Îmi plac provocările, tocmai de aceea am participat la primul meu maraton la vârsta de 42 de ani. Când viața devine monotonă îmbrățișez cu drag astfel de activități. Așa simți că trăiești”, povestește Vanya.

Aventura sa în industria bunurilor de larg consum a început la puțin timp după absolvirea Facultății de Medicină, în 1995. „Pentru generația mea vorbim de o perioadă foarte dificilă. Eram generația care s-a lovit de schimbările dramatice prin care treceau atât societatea noastră, cât și toate țările din Europa de Est. Prin urmare, era foarte dificil să îți găsești locul, în special în sectorul public”, povestește managerul.

Motivul pentru care a ales să se îndrepte spre FMCG a fost unul foarte simplu și a fost legat de aspecte financiare. „Absolvisem facultatea, eram căsătorită cu soțul meu, aveam un copil de 5 ani și eram însărcinată cu al doilea copil și ne era practic imposibil să trăim cu un salariu al unui doctor abia ieșit de pe băncile facultății”, își mai amintește Vanya.

Prin urmare, pachetul salarial oferit de către Procter&Gamble Bulgaria putea fi privit foarte ușor drept o „ofertă de vis”: acces la propria mașină de serviciu, un salariu „mai mult decât decent, poate chiar de zece ori mai mare decât salariul unui doctor”, un telefon mobil. Primul job în cadrul P&G a fost cel de agent de vânzări, Vanya acoperind tot portofoliul de produse. „A fost o experiență minunată, sunt fericită că am plecat la drum de pe o poziție inferioară în companie, pentru că am trecut treptat prin toate etapele și am avut o privire de ansamblu a businessului, înțelegând în același timp dinamica lucrurilor”, consideră Vanya.

Prima schimbare în carieră

După 14 ani în cadrul echipei P&G, Vanya a decis să facă prima mutare în cariera profesională. De la vânzarea de detergenți și scutece a făcut tranziția spre biscuiți și ciocolată, acceptând un job cu responsabilitate regională în cadrul Mondelēz. „Această decizie i-a făcut pe copiii mei foarte fericiți la momentul respectiv. M-am alăturat companiei în 2012, fiind responsabilă pentru regiunea EMEA. Dacă m-ai fi întrebat în cei 14 ani când lucram la P&G ce voi face în continuare, cel mai probabil aș fi răspuns că în mod sigur voi ieși la pensie de acolo. Eram foarte fericită cu ce făceam. Motivul pentru care am schimbat compania în 2012 a fost unul mai mult uman. Marile schimbări sunt generate de regulă de lucruri minore. Aveam un șef care s-a mutat la Mondelez și el m-a sunat să îmi spună de existența unui job foarte interesant, care mi s-ar potrivi. Entuziasmul pentru această poziție nouă, acest rol regional, a fost motivul pentru care am zis da. În acel moment mi-am spus că dacă nu plec acum din P&G în mod sigur voi ieși la pensie din acea companie. Și m-am întrebat dacă asta îmi doresc sau vreau ceva nou”, explică Vanya.

Pentru Mondelēz a lucrat cinci ani, iar apoi a urmat o nouă schimbare de registru. În 2017 accepta propunerea distribuitorului Orbico de a conduce businessul din România. Așa se face că Vanya revenea pentru a doua oară în țara noastră, după ce în trecut ocupase funcția de Sector Manager Market Strategy & Planning pentru P&G, pentru una dintre cele mai intense experiențe profesionale de până atunci. „Am trecut de la modelul unei corporații, foarte bine organizat, la o structură privată unde trebuie să faci singur multe lucruri și să fii implicat în multe zone. A fost o completare perfectă a experienței anterioare. A fost o provocare – un alt cuvânt care mă definește”, spune managerul.

Corporația, între avantaje și dezavantaje

A lucra într-o multinațională vine la pachet cu numeroase oportunități, crede Vanya, care subliniază că o corporație poate deschide multe oportunități de business, în timp ce dimensiunea afacerii îți permite ție, ca angajat, să iei decizii și să dezvolți proiecte care să schimbe categorii. „Mai mult, corporațiile sunt o școală foarte bună. Lucrurile pe care le înveți lucrând pentru o multinațională sunt fundamentale pentru viitorul succes. Și pe copiii mei i-am sfătuit să accepte la început un job într-o companie mare, pentru că acolo înveți baza. De asemenea, ai șansa de a întâlni oameni extraordinari, iar bugetele de cercetare și

inovație sunt enorme”, argumentează Vanya.

La capitolul dezavantaje, unele companii pot limita spiritul antreprenorial al angajaților, crede aceasta. „L'Oréal nu face parte din această categorie pentru că în momentul în care am avut interviul de angajare le-am spus că nu vreau să mă întorc la mediul corporatist, iar răspunsul primit a fost că sub acest aspect compania nu este chiar o corporație și ce mi s-a promis atunci a fost respectat. Aici chiar pot simți libertatea pe care ți-o dă antreprenoriatul. Dacă vom reuși să păstrăm acest spirit antreprenorial în interiorul companiei cred că avem cel mai important avantaj competitiv în fața celorlalți jucători”, afirmă Vanya.

În mod cert însă experiența multinaționalelor a atras după sine numeroase proiecte memorabile și contactul cu mentalități și culturi foarte diferite. Astfel, Vanya a lucrat până în prezent în Serbia, Orientul Mijlociu, Africa și Rusia. Această etapă a învățat-o să renunțe la prejudecăți. „Dacă pornești la drum cu prejudecăți este complet greșit. Ce vei vedea la fața locului este cu totul diferit de ce te așteptai. Sfatul meu pentru cei care îmbrățișează o carieră internațională este să își deschidă simțurile și să uite tot ce credeau că știu despre o țară și mentalitatea oamenilor de acolo. Oamenii sunt la fel pretutindeni. Baza interacțiunii dintre oameni este neschimbată oriunde ai merge. Chiar dacă comportamentul de business ar putea fi diferit, cel uman este identic”, povestește managerul.

Vanya a vorbit chiar de o situație concretă, cu care s-a confruntat în timpul discuțiilor de business cu parteneri din Orientul Mijlociu, pentru care cele mai importante puncte dintr-o negociere sunt cele ce țin de cunoașterea valorilor și modului în care gândește celălalt.

„În țările vestice suntem focusați pe business și mai puțin pe latura umană a interacțiunii dintre partenerii de discuție. Mergi la o întâlnire de business, însă schimbi doar niște replici formale. La a treia frază ai trecut la afaceri. În schimb, în Orientul Mijlociu a construi o relație apropiată cu partenerii de business este o nevoie crucială pentru a putea stabili o conexiune cu aceștia și pentru a putea începe să discuți afaceri. Aceasta a fost una dintre greșelile pe care le-am făcut la început: mergeam la discuții cu abordarea mea europeană și mă loveam de un zid. Sfatul primit de toți cei cu care vorbeam despre această problemă a fost să nu mă grăbesc spre subiecte de business, ci să îi las pe ceilalți să mă cunoască, să înceapă să aibă încredere în mine. Trebuie să îți cunoască valorile, ce crezi că e important la nivel

uman pentru tine și abia apoi vor începe să îți acorde credit. Un alt zid pe care trebuia să îl depășesc în Orientul Mijlociu era reprezentat de faptul că eram un CEO femeie. Un sfat primit a fost să subliniez faptul că sunt mama a doi băieți mari. Pentru ei era foarte important acest aspect. Trebuia să menționez acest aspect la începutul fiecărei discuții, reprezenta un mare plus pentru mine”, detaliază Vanya.

Un alt episod memorabil l-a constituit gestionarea operațiunilor Mondelēz în Africa, acolo unde managerul a fost responsabil de construirea unei strategii de creștere pentru cele aproximativ 40 de piețe de pe continent. O provocare, în condițiile în care obiceiurile de consum ale locuitorilor din Angola sunt cu totul diferite de cele ale celor din Kenya. „În Nigeria, spre exemplu, există 4-5 limbi oficiale și 512 dialecte. Atât de diferiți sunt. Pentru ca nu aveam producție a trebuit să construim un sistem de distribuție care să acopere toate aceste țări”, explică Vanya.

O ocazie care nu trebuia ratată

După un tipar similar, propunerea L'Oréal de a conduce businessul din România a venit la pachet cu două mari provocări: Vanya nu mai lucrase pentru o companie din domeniul cosmetic și nu mai colaborase până atunci cu o multinațională franceză. Deși intra într-o lume practic nouă, ea și-a păstrat principiile care au ghidat-o până atunci în carieră. „Un crez pe care îl tot repet se referă la faptul că dacă ai grijă de oameni, oamenii vor avea la rândul lor grijă de business. Trebuie să dezvolți oamenii, altfel businessul tău va falimenta în câțiva ani de la lansare. Acesta este cel mai important avantaj competitiv de care trebuie să aveți grijă”, crede Vanya.

Printre direcțiile pe care și le-a asumat în calitate de CEO al companiei este susținerea diversității la nivel de leadership, respectiv democratizarea stilului de conducere. Mai exact, își dorește să implice cât mai mult în procesul de decizie și persoane din middle-management, pe care le încurajează să își asume responsabilități. În plus, Vanya și-a propus să le ofere angajaților o flexibilitate mai mare a programului de lucru, la care se adaugă o creștere a nivelului de colaborare între diviziile de business ale companiei.

„Acum îi provoc pe colegii mei să gândească consumatorul la 360 de grade. Un consumator nu alege un produs doar dintr-o anumită divizie: pentru îngrijirea feței el poate avea o apă micelară Garnier, o cremă

Lancome, un ser Vichy. Dacă ne limităm abordarea la o singură divizie pierdem din vedere o viziune de ansamblu asupra unei anumite categorii”, explică Vanya.

În ceea ce privește strategia de business pentru acest an, managerul se va concentra, cu precădere, pe dezvoltarea rețelei proprii de magazine și a zonei de ecommerce și digital, unde, prin intermediul unor aplicații și programe, compania urmărește să atingă tot mai mulți consumatori.

„Optimismul din industria de profil se poate vedea și în rezultatele companiei, cifrele în primul semestru sunt peste target, vorbim de o creștere puternică de două cifre. Suntem pe drumul cel bun în a deveni liderul pieței de cosmetice din România. Evoluția este susținută de diviziile Lux și Cosmetice Active. Oamenii caută calitate și produse cosmetice în care să aibă încredere. Trendul de premiumizare este foarte clar în România. Consumatorii vor inovații și vedem acest apetit pentru produse noi și noi gesturi de întreținere. Pe viitor vom vorbi despre individualism la nivel de produs, pentru că vorbim de consumatori unici, cu nevoi individuale. Cea mai bună idee pe viitor în cosmetice? Produse tailor-made, unice. Vom vedea o personalizare mai accentuată a produselor”, crede Vanya.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://www.magazinulprogresiv.ro/articole/prima-femeie-ceo-la-conducerea-loreal-romania-un-manager-al-extremelor>

Legături

[1] https://www.magazinulprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/vanya_panyatova.jpg