



Sokunkat örömmel (és nem irigységgel) tölt el Székelyföld, benne Udvarhely gazdasági fejlődése, a térségünkben virágzó kis- és középvállalkozások.

Jó felnézni azokra, akik fiatalon mertek és nyertek, illetve azokra, akik több évtizedes tapasztalattal a hátuk mögött immár sokkal megfontoltabban ugyan, de összehasonlíthatatlanul nagyobb lépésekre szánják el magukat a gazdaság aknamezején.

Bizakodással tölt el azon cégek példájából tanulni, tulajdonosaik bátorságát, üzleti érzékét szemlélni, amelyek egy ház udvaráról elindulva országos dobogós szereplőkké nőttek ki magukat.

Ez utóbbi esetek közé tartozik a *Melinda Instal*, amely fűtés-, hűtéstechnológiai termékek, fürdőszobai felszerelések, illetve kertészeti, sőt, újabban elektromos termékek forgalmazójaként a hazai piac harmadik helyét foglalja el az éves megvalósított forgalom tekintetében.

Az elkövetkezőkben egy **többepizódos történetet tárunk az olvasók elé**, és havonta egy-egy személyen keresztül bemutatjuk a cég valamely tevékenységi területét, értékesítési folyamatának egy fázisát. Így a végére a puzzle darabkáiból kirajzolódik az összkép.

Emberi arcok, élettörténetek, melyeken keresztül láthatjuk, hogy mégiscsak lehet itthon. Lehet és érdemes: munkát vállalni, családot alapítani, gyermeket nevelni, tervezni, álmodni, alkotni, fejlődni. Röviden: merni és nyerni.



Első alkalommal **Vertlen András-Istvánnal** ismerkedünk meg, aki a Melinda Instal marketingosztályának munkatársa, saját bevallása szerint ő a „hidden figure” a csapatban. Andrással, a marketing szakemberrel és magánemberrel a cég bisztrójában beszélgettem.

Vállalatunknál piackutatással is foglalkozol. Nagyon érdekes, meghatározó ez a tevékenység, azt is mondhatnánk, hogy az egész kereskedelmi aktivitás itt kezdődik, a te kutatásaidra épül, hiszen ezek mutatnak rá, hogy mit diktál a piac, mit és mennyit érdemes beszerezni, hogy majd a különféle értékesítési csatornákon el tudjuk adni. Ez – ha jól meggondoljuk – felelősséget és kockázati tényezőket egyaránt magába foglal.

Így van, bár én inkább piaci kalandornak, felfedezőnek szeretem nevezni magamat, hiszen ez egy végtelenül komplex, mégis varázslatos, innovatív munkakör, amelyben mindig felbukkan egy új megoldás, egy feltérképezetlen terület, amit beolvaszthatsz a folyamatba.

Egy egyszerű zöldségpiaci példával élve, mi a piaci asztal belső oldalán állunk, azt szeretnénk,

ha mindenki tőlünk vásárolna, és persze a legnagyobb haszonnal akarjuk ezt tenni. Az első és legfontosabb, hogy tiszteletben tartjuk a vevők szokásait, vágyait, hiszen hiába a jó termék, ha nem vásárolják meg őket. Tiszteljük őket az által, hogy tudjuk, mire vágnak. Ez viszont folyamatosan változik.

A zöldségpiacon 40-50 árus van, 5-10 termékkel, amelyből csak 1-2 paradicsom. Itt viszonylag könnyű döntést hozni a vásárlónak, illetve árusként sem nehéz megfelelni a vevők igényeinek, sőt az sem nehéz, hogy megfelelő termékhez megfelelő árat párosítsunk. De képzeljük el ugyanezt a különböző értékesítési csatornákon eladott tízezres termékpalettánál, egy országos piactérnél, ahol több százezer vásárlót kell ismerni, sok-sok versenytárssal, rengeteg márkával. Így már sokkal izgalmasabb...

Én úgy hívom, hogy a Szív, az Ész és a Piac viszonya. A szívünkre hallgatunk, ha kívánunk valamit, az eszünkre, ha meg akarjuk vásárolni jó áron, és feltérképezzük a piacot, ha a legjobb terméket akarjuk megvásárolni.

Amikor a Melinda Instalnál kezdtem dolgozni, mint a marketing osztály munkatársa, az volt a feladatom, hogy adatokat gyűjtssek a piaci szereplőkről, azok termékeiről, ezeket rögzítsem. Elemeznem kellett a begyűjtött adatokat, majd ezekkel az elemzésekkel segíteni az értékesítést. Mára ebből alakult ki egy piackutatási folyamat, amely iránytűként mutatja az utat a cég több nagy folyamatában, mint az eladás és a beszerzés.

Úgy kell elképzelni, mint egy bumerángot. Megkapjuk az információkat a piacról, elemezzük, majd felhasználjuk, újakat kapunk, ezeket is beolvasztjuk és felhasználjuk, folyamatosan tökéletesítve az alapkoncepciót.

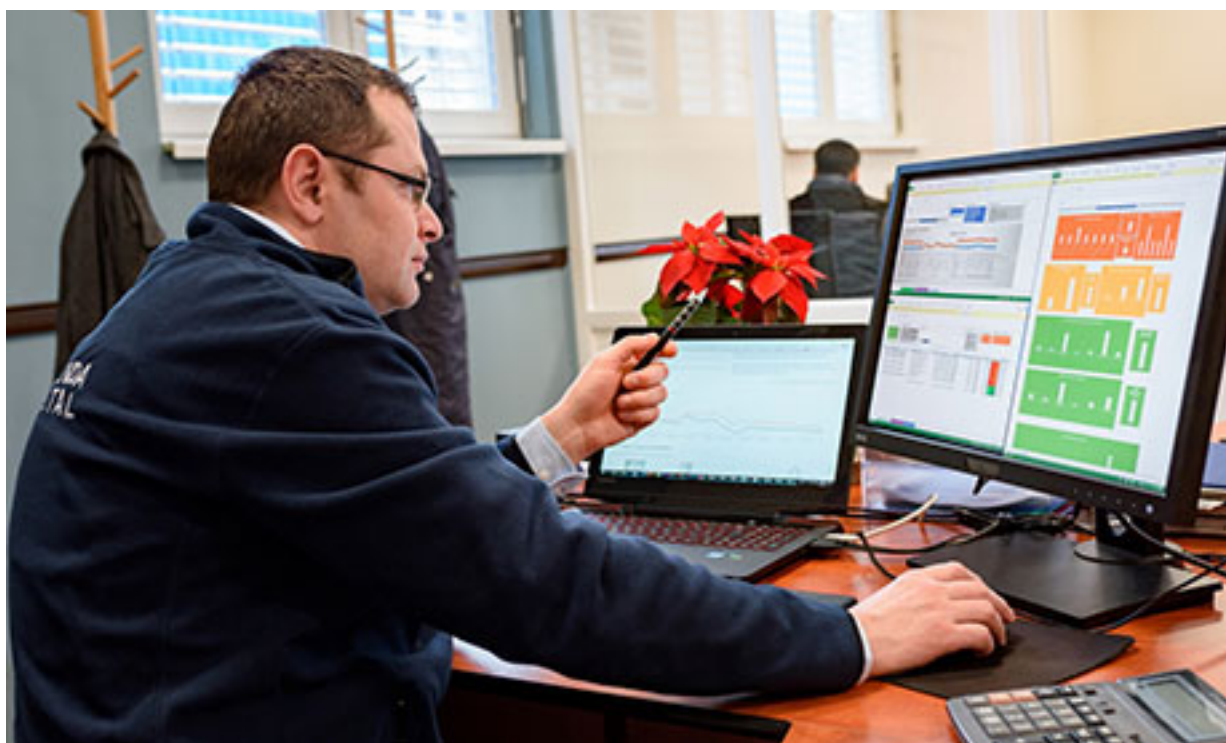
Az adatok elemzésében sok marketingeszköz és technológia a segítségünkre van, amelyeket sikeresen adaptáltunk a piackutatási folyamatban. Nagy kihívás ilyen sok adattal dolgozni, ezeket rendszerezni és értelmezni, de a Melinda Instalnál adottak azok a körülmények, hogy értékteremtő folyamatunk gördülékenyen működjön.

Üzleti intelligencia – a két szót külön-külön általában ismerjük, de hogy így egymás mellé téve mit is jelentenek, arról sokunknak fogalma sincs. Hogyan magyaráznád el egy laikusnak, hogy mit fed ez a fogalom?

Térjünk vissza egy pillanatra a zöldségpiacos példára! Amikor kimegyünk a piacra, tudjuk mennyi az eladható mennyiség, tudjuk az eladási árakat, vagy a konkurens termékek hatására beárazzuk őket. Tisztában vagyunk a konkurenciával, ismerjük a szokásaikat. A nap végén levonjuk a következtetéseinket, tudjuk, mennyi a bevétel, melyik árúból mennyi fogyott, mik azok a dolgok, amelyeken javítani kell a jobb eladás és haszon érdekében.

Egy ilyen kis vállalkozásnál kevés adat van, amelyeket akár fejben is tudunk tartani. Ha sok az adat, szükség van olyan módszerekre és folyamatokra, amelyek **segítik a döntéshozást**.

Az üzleti intelligencia meghatározása a Gartner szerint, amely a világ legnagyobb üzleti tanácsadó cége, gyűjtőfogalom: magába foglalja azokat az alkalmazásokat, legjobb gyakorlatokat és eszközöket, amelyek lehetővé teszik, hogy megszerezhessünk és felhasználhassunk olyan információkat, amelyek fontosak az üzleti döntések meghozatalához.



Nagyon újkeletű gyakorlatokról, alkalmazásokról van szó, hiszen 1989-ben definiálta egy **Howa**

rd Dresner

nevű úriember. Ezek a rendszerek ma nagyon sok vállalatnál megtalálhatóak, mint a vállalati információs rendszerek vagy a döntéstámogató rendszerek és az adat- illetve szövegbányászat vagy az OLAP. Az üzleti intelligencia tehát a gazdasági döntések bizonytalanságát csökkenti a hasznos információk összegyűjtésével, feldolgozásával, vállalaton belüli terjesztésével.

A 2000-es években az üzleti intelligencia kiegészítődik a környezetfigyeléssel is (Environmental Scanning). Az üzleti intelligencia e részét Competitive Intelligence-nek nevezik, amely legáltalában versenykörnyezet-figyelést jelent. Az ily módon kiegészített üzleti intelligencia rendszerek nem csak piackutatásokat foglalnak magukba, hanem komplex rendszereket, amelyek képesek figyelni és elemezni a piacon fellelhető versenytársakat, ügyfeleket, beszállítókat, partnereket, befektetőket.

Hol szerezted korábbi szakmai tapasztalataidat, és mik azok a kincsek, amikkel a tarsolyodban érkeztél hozzánk?

Gyermekkoromban oda voltam a technikai dolgokért, mindig érdekelt a számítástechnika, aztán egy véletlen folytán a gimnázium elvégzése után belecsöppentem az informatika világába, amely egyszerűen lenyűgözött. Az az automatizmus és gyorsaság, amit ezek a rendszerek képviselnek, ha megfelelően programozzuk őket, hihetetlenek. Az akkori rendszerek (1995-öt írunk) még igencsak strukturált gondolkodásmódot követeltek a felhasználótól. Megtanultunk így gondolkodni.

A helyi informatikai posztliceum elvégzése után informatikai főiskola következett, majd egy saját vállalkozás, amelyben sikerült több mint 10 évet ledolgozni az informatika terén. Informatikai szervizszolgáltatásokkal foglalkoztam, így kerültem kapcsolatba helyi vállalatoknál vállalatirányítási rendszerekkel, itt ismerkedtem meg azokkal a folyamatokkal, amelyek egy vállalat irányításához elengedhetetlenek. A 2008-as gazdasági válság ébresztett rá arra, hogy nem lehet vállalkozást működtetni megfelelő közgazdasági, vezetés-szervezési ismeretek nélkül.

Így 2010-ben beiratkoztam a Széchenyi István egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi karának Vezetés-szervezés magiszteri szakára. Itt minden olyan tudományág megtalálható volt, amelyre kíváncsi voltam, és úgy éreztem, szükségem van ezekre az ismeretekre az életben, a munkámban. Nem is csalódtam, a bő két év alatt rengeteget fejlődtem, kitágult a szakmai horizontom.

A sors úgy adta, hogy a vezetés-szervezés szak elvégzése után lehetőséget kaptam egy magyarországi nagyvállalatnál mint informatikus szakértő, ezt el is fogadtam, kíváncsian tekintve az új helyzet adta kihívásokra. Szerettem volna megismerni egy ilyen nagyvállalat működését, magasabb szintre emelni informatikai tudásomat, és ha lehetséges, kamatoztatni a vezetés-szervezés szakon tanultakat.

Mindkét irányba rengeteget fejlődtem, sok sikeres üzleti projektben vettem részt, amelyben már nem csak az informatika játszotta a fő szerepet.

Aztán hazahúzott a szíved. Mi volt a döntő szempont, ami miatt végleg hazaköltöztél Magyarországról?

Így igaz, másfél év után úgy döntöttem, hazaköltözöm. Tálán nem való nekem a multikulti, talán a családom, talán az itthoni emberek közvetlensége, barátságossága, nyíltsága, őszintesége hiányzott igazán.

Azt tartja a mondás, hogy minden sikeres férfi mögött áll egy erős nő, ez rám is igaz lehet, amennyiben a siker egy szerető család, egy szerető feleség, hiszen egész életemben ezekre vágytam. Azt is mondják, hogy az élet útjai kifürkészhetetlenek. Akkor ismerkedtem meg a feleségemmel, amikor megkaptam az állást Magyarországon. Sikeresen kitartottunk egymás mellett a távkapcsolatban is, amit nagyon köszönök Neki.

Végül ez volt a legfontosabb indok a döntésemben. De a kinti létet sem bántam meg, hasznos tapasztalatokat szereztem, amely fontos lehet az életemben és a karrieremben egyaránt. Nem utolsó sorban sok barátot, ismerőst is, akik nagyon befogadóak és közvetlenek voltak.

Hazaköltözésem után elkezdtem újra felépíteni az itthoni életemet. Az informatikában kint sikerült kiteljesednem, úgy éreztem, itthon már nem akarok ebben az üzletágban tevékenykedni. Olyan lehetőségeket kerestem, amelyben a közgazdaságtan, a vállalati szervezés játsszák a fő szerepet, és nem utolsó sorban a vezetés-szervezés szakon elsajátított elméleti tudást is szerettem volna kamatoztatni a gyakorlatban.

Megláttam egy hirdetést, amelyben a Melinda Instal marketing referens munkakörbe, informatikai tudás birtokában levő munkatársat keres. Kedvencem volt az egyetemen a marketing, mint menedzsment tudomány, mindig is érdekelték a márkák, a vásárlói szokások, itthon szerettem volna nagyvállalatnál dolgozni, gondoltam: belevágok.



És nem bántam meg, a marketing menedzsment a gyakorlatban egy nagyon szerteágazó, a szervezet minden egységét átjáró tudomány, a Melinda Instálnál lehetőségem lett a gyakorlatban kamatoztatni mindazt a tudást, amit az egyetemen elsajátítottam.

Sokan kérdezték, miért váltottam ilyen nagyot, hiszen nagyon messzire van egymástól az informatika és a marketing. Én már tudtam, hogy a mai kor marketingjéhez szervesen hozzátartozik az informatikai tudás, mint eszköz, gondoljunk csak a piackutatás adatainak elemzésére vagy az online marketingre, ahol adatokból dolgozunk, vagy a vásárlók információinak kezelésére. Ezen kívül mindig érdekes egy új horizont, egy új szemszög, egy új irányzat.

Kisfiatok pár hónapja született. Milyen mértékben és miben változtatta meg érkezése az eddigi életformákat?

Azt hiszem, megtanultam minden lehetetlen pozícióban aludni – *nagyot nevet*. Viccet félretéve, egyet kell értenem Muriel Spark skót írónővel, aki azt mondta, hogy a szülők rengeteget tanulnak a gyermekeiktől arról, hogyan állják meg a helyüket az életben.

Tamás érkezése megtanított minket arra, hogy még keményebben kell megállnunk helyünket, még többet kell adnunk, hiszen érte tesszük, neki adjuk. És nincs ennél fontosabb ebben az életben.



Ez az év erről a készülődésről szólt, mindannyian, az egész család az Ő születésére készült. Most, miután megszületett, maximálisan megpróbálunk helyt állni szülőként. Megtanultuk az időnket még jobban beosztani, még türelmesebbnek lenni, még jobban szeretni.

Mik azok az értékek, amiket feltétlenül át szeretnétek adni neki a nevelés során?

Anya pszichológus, így kihagynám a legismertebb vagy éppen a legelcsépeltebb személyiségtesztek sok-sok értékének a felsorolását, biztos nem tudnék olyan akkurátus lenni, ahogy Ő tenné – *mondja mosolyogva*. Párat azért kiemelnék, amelyek számomra is fontosak, amelyeket én is hoztam a gyerekkoromból, vagy megtanultam útközben.

Személyes értékeink közül legfontosabb a **szeretet**, elfogadni mindenkit olyannak, amilyen, empátiával fordulni mindenki felé. Fontosnak tartom még az őszinteséget, a bizalmat és az együttműködést embertársainkkal.

Ugyanakkor felkészíteném erre a gazdasági alapokra épülő világra is, átadva olyan társadalmi értékeket, mint a hatékonyság és a gazdaságosság, hiszen ezek lesznek a legfontosabbak, amit majd az életében követnie kell. Goethe-t idézve, a legtöbb, amit gyerekeinknek adhatunk: gyökerek és szárnyak.

(x)