

Martina Mršić, voditeljica marketinga, ZOO City

S KLIJENTIMA DIJELIMO LJUBAV PREMA KUĆNIM LJUBIMCIMA

„Za mene nema ljepšeg osjećaja nego kada nam dijete nacrtava svog psića u ZOO Cityju uz zahvalu; kada ljubimac u našu poslovnicu dolazi sam, bez vlasnika, jer se tamo uvijek osladi i igra s našim prodavačima, kada nam kupac pošalje sliku svoje mace uvučene u kutiju našeg web shopa“, riječi su voditeljice marketinga ZOO Cityja Martine Mršić.

Razgovarala: Marija Sedlar



Martina Mršić, voditeljica marketinga u hrvatskom lancu trgovina proizvoda za kućne ljubimce – ZOO City, školovala se u Zagrebu – u zagrebačkom Stenjevcu završila je osnovnu školu te nastavila obrazovanje u X. Općoj gimnaziji u Klaićevoj. Martina je završila Fakultet političkih znanosti, smjer novinarstvo, televizija i odnosi s javnošću i čim je upisala prvu godinu studija počela je pisati, tražiti posao, praksu. „Pisala sam doslovce od kada

znam za sebe i jedva sam dočekala priliku da krenem službeno u novinarske vode. Počela sam volontirati za studentske i glazbene portale te se uključivati u televizijske radionice, a uskoro sam dobila posao novinarke na Z1 Televiziji u informativnom programu. Potom sam na fakultetu vidjela oglas da RTL Televizija traži mlade novinare istraživače. Prošla sam poprilično zahtjevan razgovor za posao i radila kao istraživač i novinar te potom kao producent Vijesti u Informativnom programu za vrijeme apsolventskog perioda.“

PUT DO ZOO-A

Martina priznaje da ju je televizijsko iskustvo potpuno 'istestalo' kao mladu osobu i to nikad ne bi mijenjalo: ustajanje u 5 ujutro i ranjutarnje smjene, nema praznika ni vikenda jer se vijesti događaju svaki dan i novinarska je dužnost prenijeti ih... „Naučila sam se radnoj disciplini, radu pod velikim stresom i odgovornošću, timskom radu, radu s autoritetima, upornosti, istraživanju, organizaciji, definirala sam svoje interese i, ono najbitnije – shvatila sam nepobjedivu važnost dobre volje. No mene je vuklo nešto više – nastavila sam u produkcijskim vodama pišući scenarije za nezavisne produkcijske kuće te sam se uskoro javila za posao PR asistenta u PR agenciji gdje sam počela koristiti sve svoje novinarsko i produkcijsko znanje na drugačiji način. Tu je počelo moje šire razumijevanje sadržaja, moje pisanje dobilo je posve novu dimenziju – korporativnu. Od tada se razvijam u content marketingu, storytellingu. Vodila sam klijente iz državnog sektora, a core mi je bio odnos s medijima. Najdraži projekt iz tog doba mi je Hrvatski detektor laži Hrvatskog instituta za tehnologiju koji je bio na naslovnicama dnevnih novina i u Dnevniku. Nakon toga radila sam kao marketing menadžer za Ortoimplant, privatnu medicinsku ustanovu. Razvila sam njihovo predstavljanje na tržištu, a tu komunikaciju koriste i danas. U Meritor Mediji klijentima smo pružali full service marketinšku uslugu, s naglaskom na community management, društvene mreže, aplikacije te sam kao senior PR vodila razne klijente, specijalizirajući se za tzv. lifestyle sektor i FMCG. Jedan od klijenata postao mi je ZOO City i tu kreće posve drugačija, 'životinjska priča'. Nakon što sam im godinu dana radila kompletni marketinški servis kao account,

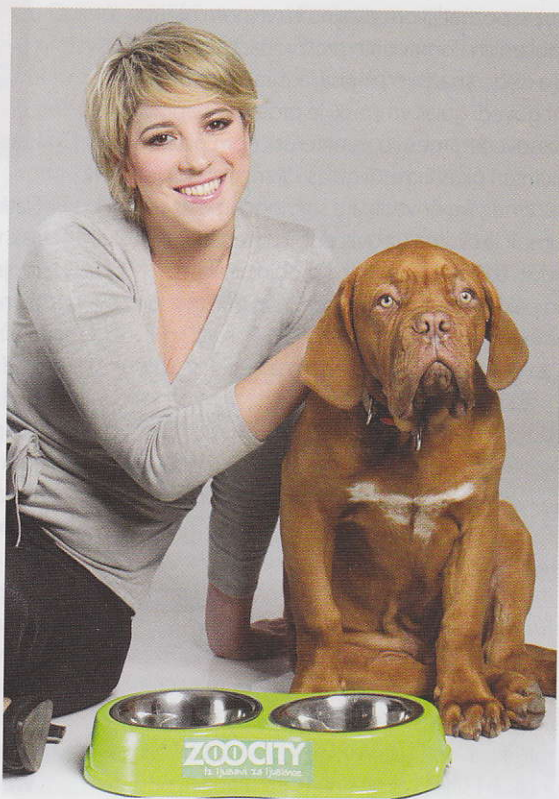
prelazim u ZOO City kao voditeljica maloprodajnog marketinga.

LJUBAV I DINAMIKA

Glavne karakteristike svog posla Martina svodi na dvije riječi: dinamika i ljubav. „Mi smo privatna tvrtka koja je u posljednje četiri godine za vrijeme mog rada narasla iz manje tvrtke u srednju, prošla je razdoblje akvizicije (ZOO Hobby, najveća regionalna distribucijska kuća proizvođača za kućne ljubimce, preuzela je ZOO City), maloprodajno narasla sa 8 na 17 poslovnica, lansiran je novi loyalty program, web shop.. Bilježimo rast, širim mrežu, ljudi prepoznaju naš rad i trud - to da smo drugačiji na tržištu jer su nam na prvom mjestu edukacija i stručnost. Naime, zbog specifičnosti industrije kućnih ljubimaca mi nismo samo trgovina - mi smo savjetnici, eksperti i oni koji razumiju brigu prema životinji. Mnogo ulažemo u edukaciju. Danas preuzimam i marketinške aktivnosti na razini krovne tvrtke ZOO Hobby. Svaki dan naučim nešto novo, imam širu i neprocjenjivu sliku funkcioniranja maloprodajnog i veleprodajnog trgovačkog sustava, strateški uvid - što je ljepota rada u inhouse poziciji. U odjelu marketinga operativna smo podrška za cijelu maloprodajnu mrežu, uključujući i web shop. Svakodnevno razvijamo nove ideje i funkcionalnosti dok sama komunikacija, osim eksterne, ima i jaku internu funkciju: ključna je za funkcioniranje našeg kolektiva od 160 ljudi, uključujući i logistiku i srpsku podružnicu krovne tvrtke ZOO Hobby.“ A ljubav prema životinjama koja veže svih 160 zaposlenika je nevjerojatna i motivirajuća. Svaka osoba u tvrtki je vlasnik kućnog ljubimca, a Martina ističe da je lijepo raditi u branši koja se temelji na emociji prema životinji, a mogu biti kreativni i djelovati humanitarno. „To je ono što me najviše raduje - iz ljubavi za ljubimce! U Upravi ZOO Hobby nas je dvadesetak. Atmosfera je uistinu odlična - jako puno se radi, nema stajanja, no radimo i na sebi, na svom razvoju i na međusobnoj komunikaciji i slobodno mogu reći da se osjeti 'dobra vibra'. Volimo i izaći zajedno i tada nema kraja idejama. Dijelimo iste vrijednosti i živimo 'životinjski' lifestyle, svi naši prijatelji koji su vlasnici ljubimaca znaju kome se treba obratiti za savjete i pomoć. ☺

RAZNOVRSTAN ASORTIMAN

ZOO City je najrašireniji hrvatski lanac trgovina proizvođača za kućne ljubimce sa 17 poslovnica u Zagrebu, Zaprešiću, Velikoj Gorici, Varaždinu, Čakovcu, Slavonskom Brodu, Karlovcu, Zadru, Šibeniku, Splitu i Makarskoj. Inovativni koncept 'one stop shop' (sve na jednom mjestu) za kućne ljubimce u trgovačkim centrima širit će se i dalje i u planu su nova otvorenja, otkriva Martina



te dodaje kako konstantno rade na asortimanu. „Omogućili smo ponudu npr. grain free hrane za ljubimce koji ne podnose žitarice, hranu za intolerantne pse, za one koji imaju osjetljivu probavu... Riječ je o novim robnim markama iz Njemačke i Velike Britanije koje su sasvim nove na našem tržištu, i po svojim svojstvima su gotovo medicinske linije, sadrže organske i prirodne sastojke (visok udio mesa, a ne mljevenih kostiju, batat umjesto krumpira, posebne ljekovite sastojke poput zelenousne školjke), a predstavljaju best buy rješenja za specijaliziranu njegu. Svaki mjesec imamo više od 100 akcijskih proizvoda za sve ljubimce, od top brendova do vlastitih robnih marki, posebne snižene cijene za članove Kluba, kako bi svi vlasnici mogli pružiti kvalitetnu njegu svojim ljubimcima. Na web shopu smo razvili top akcije s čak 30% sniženja, što je posebno atraktivno za kupnju velikih vreća hrane

za vlasnike na udaljenim mjestima ili otocima koji nemaju specijaliziranu trgovinu u svom mjestu. Planiramo i daljnji razvoj online komunikacije s vlasnicima ljubimaca, daljnje akcije za naše vjerne članove, nove humanitarne aktivnosti. Veseli me i interna produkcija; snimanje edukativnih video materijala te potpora kulturnim projektima s ciljem promicanja svijesti prema životinjama, u kojima mogu upotrijebiti svoja ranije stečena znanja.“

MOJA 'ŽIVOTINJSKA' PRIČA

Naša sugovornica priznaje da joj je radna pozicija u pogledu učenja i novih iskustava definitivno ispunila očekivanja. „Moj najveći izazov je pratiti naš rast, razvijati sebe i svoj tim te znati prepoznati i realizirati specifične želje vlasnika ljubimaca. Naša je vizija biti najpoželjnije mjesto kupnje za kućne ljubimce - to je izazov na dnevnoj bazi. Izazovno i dinamično okruženje, svakodnevno stjecanje širine znanja u retail menadžmentu, specifičnost branše kućnih ljubimaca, humanitaran rad, emocija koja nas vodi u kreativnom procesu i spaja s drugim vlasnicima ljubimaca, posebice u online i social kanalima. Za mene nema ljepšeg osjećaja nego kada nam dijete nacrta svog psića u ZOO Cityju uz zahvalu, kada ljubimac u našu poslovnicu dolazi sam, bez vlasnika jer se tamo uvijek osladi i igra s našim prodavačima, a slika završi na našem FB zidu, kada nam kupac pošalje sliku svoje mace uvučene u kutiju našeg web shopa... Ljudi poput nas - koji vole svoje ljubimce, a dolaze u naše trgovine - oni su naša najveća vrijednost i uspjeh“, poručuje Martina, koja u slobodno vrijeme trči, sluša glazbu, planira putovanja, voli fimove, umjetnost, dobre knjige... Ponekad, priznaje, nema vremena ni za jedno od toga! ■