



NEWSLETTER

broj 19 / besplatan primjerek

2019

Uvodnik

Poštovani zaposlenici, drage kolegice i dragi kolege,

Pred vama je novo izdanje godišnjeg biltena Stanić Grupacije, u kojem je puno veći naglasak stavljen na aktivnosti vezane uz zaposlenike nego na brendove, iako se i u tom dijelu svakako imamo čime pohvaliti, što ćete vidjeti na sljedećim stranicama.

Svjesni da je najveća vrijednost organizacije u njezinim ljudima, njihovim sposobnostima i njihovoj motivaciji, želimo vas upoznati sa svim inicijativama koje smo pokrenuli u 2019. godini, a koje će se istim entuzijazmom nastaviti i u ovoj godini.

Također uvodimo novost – predstavljanje pojedinih odjela u Grupaciji. U ovom izdanju godišnjeg biltena ta je čast pripala Odjelu razvoja Stanić Beveragesa, koji je u 2019. imao iznimno puno posla te stvorio kvalitetne proizvode koje je zahtjevno tržište spremno prihvatilo i na koje smo jako ponosni. Nadamo se da ćete uživati u člancima te vam ujedno želimo uspješan nastavak 2020. godine!

Uredništvo
Odjel ljudskih potencijala i Odjel marketinga

Uvodna riječ



Dragi i poštovani zaposlenici Stanić Grupacije,

U sve bržem protoku vremena, zaklopili smo stari kalendar i uz zdravicu i vatromet odmah otvorili novi, i iako je to tek vesela, prolazna točka na našem putu, ipak je dobra prigoda da se osvrnemo na proteklo razdoblje, rezimiramo sve svoje pobjede i poneke posrtaje, provjerimo jesu li naše vizije prepoznate, je li naš smjer ispravan, a naša motivacija da idemo dalje snažna i nepokolebljiva.

S velikim ponosom na ta pitanja mogu odgovoriti – DA!

Ukupni rezultati Grupacije pokazuju da su ispunjeni naši vrlo ambiciozno postavljeni ciljevi za 2019. godinu, a to je rezultat promišljanja i napora svih njezinih zaposlenika.

Osim brojeva, koji bez predrasuda pokazuju što smo i kako radili u protekloj godini, pokrenute su mnoge nove inicijative, a što bi trebalo rezultirati boljim uvjetima za rad u svakom smislu. Jer nijedan posao ne može biti odrađen i nijedna organizacija ne može biti uspješna bez stručnih, motiviranih i zadovoljnih zaposlenika. I mi smo, u Stanić Grupaciji toga svjesni te u budućnosti želimo još konkretnije raditi na standardu svojih zaposlenika, prepoznavajući i uvažavajući svako odricanje, svako zalaganje, svaki doprinos Grupaciji i društvenoj zajednici.

Koristim još jednom priliku da vam iskažem zahvalnost za svaku čvrstu i postojanu nit koju ste do sada utkali u uspjeh Grupacije, te vjerujem da zajedno možemo napredovati i dalje, svaki pojedinac zasebno i kolektiv u cjelini!

Vaš Svjetlan Stanić

Predstavljamo tim: Odjel razvoja



**Lidija Knez |
Direktorica Odjela razvoja**

Stvaramo nove Juicy sokove sa strašću i postavljamo nove trendove na tržištu.

Prije dvadeset godina Lidija Knez prvi se put susrela s brendom Juicy, još kao mlada studentica. Danas je kao direktorica Odjela razvoja u tvrtki Stanić Beverages zaslužna sa svojim timom za stvaranje novih proizvoda u ponudi tvrtke Stanić Beverages.

Za početak nam reci kako je započeo tvoj poslovni put u Juicyju i Stanić Beveragesu?

Moj prvi susret s brendom Juicy dogodio se 2000. godine kad sam kao studentica 3. godine Prehrambeno-biotehnološkog fakulteta došla na praksu u mikrobiološki laboratorij. Tad je Juicy bio tek u začetku, a proizvodila su se samo 3 proizvoda - Juicy 100 % naranča, Juicy naranča nektar i Juicy jabuka nektar, dok danas u asortimanu imamo čak 18 okusa 100 % Juicy sokova i nektara, koji se proizvode u tvornicama u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini. Moj prvi susret s Juicyjem, zahvaljujući pozitivnoj atmosferi i zanimljivom poslu, probudio je u meni želju da radim u tvornici Juicy. Iduće godine ponovno sam se vratila na praksu, a 2004. godine zaposlila sam se na poziciji mikrobiologa u mikrobiološkom laboratoriju. Zatim sam 2010. prešla na radno mjesto tehnologa, od 2015. sam obnašala funkciju rukovoditeljice Odjela razvoja. Od prošle godine sam na funkciji direktorice Odjela razvoja. I eto danas, nakon 20 godina od prve prakse razvijam sokove u tom istom laboratoriju. Proces edukacije kretao se od proizvodnje, mikrobiologije do razvoja, čime sam stekla ogromno iskustvo za današnju funkciju direktorice Odjela razvoja.

Koje bi vrline istaknula kao najvažnije za poslovni uspjeh?

Svakako bih istaknula timski duh, proaktivnost i komunikativnost, što sve zajedno osigurava i pozitivnu radnu atmosferu.

Predstavi nam Odjel razvoja. Tko su članovi tvog tima?

Moj tim broji tri člana i uvijek nastojimo održavati pozitivnu atmosferu i zajedno raditi na našim projektnim zadacima. Blisko surađujemo sa svim odjelima, a osobito volim kad s Marketingom sjednemo za stol i donosimo kreativne ideje. Danas mogu reći da sam sretna što imam tim mladih ljudi s kojima mogu ostvarivati razvojne ciljeve, mentorirati ih i s njima rasti. U timu su dvije asistentice Razvoja, Jana Frkonja, koja se pridružila prije dvije godine, i Kristina Kožić, koja je s nama malo više od 6 mjeseci. Kolegice svojim pozitivnim stavom, timskim radom i pristupom savršeno nadopunjuju Razvojni tim.

Kako dolazite do ideja za nove proizvode?

Razvojni put novih proizvoda dolazi iz nekoliko smjerova. Praćenjem svjetskih trendova koje susrećemo sudjelovanjem na sajmovima, uskom suradnjom s kolegama iz Marketinga te s dobavljačima sirovina i, naravno, osluškivanjem želja potrošača. Mi kao lideri na regionalnom tržištu moramo uvijek biti korak ispred, cilj nam je postavljati nove trendove i stvarati inovativne proizvode u skladu s potrebama naših potrošača.

Na koji si projekt posebno ponosna?

Svi su projekti posebni na svoj način. Međutim, projekt koji bih posebno istaknula i koji mi je najdraži jest Juicy 100 % Super bobice. Projekt je bio zanimljiv jer je ovo bio moj prvi projekt razvoja 100 % voćnog soka. Super bobice naš su prvi 100 % sok koji je mješavina nekoliko vrsta voća i tijekom procesa razvoja bilo je zahtjevno i zanimljivo pogoditi dobar okus i teksturu igrajući se omjerima voća. Naime, sok s oznakom 100 % sadržava isključivo sok iz voća i/ili povrća, a to može biti jedna vrsta ili mješavina nekoliko vrsta voća i/ili povrća, a bez dodanog šećera i konzervansa. Najčešće se radi mješavina nekoliko vrsta voća, npr. jagode, jabuke i banane, kako bi sok imao savršenu teksturu okusa, a da pritom nije ni previše gust ni previše sladak.

Opiši nam razvojni put proizvoda. Koliko je vremena potrebno za lansiranje novog proizvoda? Što je važno u tom procesu?

Od početka ideje do finalizacije gotovog proizvoda rok je od 6 mjeseci do godine dana. Svaki je projekt različit, ima svoje posebnosti. Razvoj se sastoji od razvoja napitka i razvoja ambalaže, a lansiranje proizvoda obuhvaća sve od marketinške strategije, definiranja cijene i pozicije na policama. U tom procesu važna je suradnja svih odjela, od Razvoja i Marketinga do Nabave, Proizvodnje, Prodaje, Kontrolinga i ostalih odjela.

Budući da se brend Juicy proizvodi u trima državama (Hrvatska, Slovačka, Bosna i Hercegovina), koliko Razvoj pokriva ove tri države?

Naš Razvoj centraliziran je u Jastrebarskom, u tvornici Juicy, no razvijamo za sve tri države, uključujući i privatne marke koje trenutačno proizvodimo na dvama mjestima: Jastrebarsko (PL Mercator Moj dan) i Kreševo (PL Tommy Bondi, PL Mercator Moj dan). Posebno smo povezani s tvornicom Kreševo i kolegama s kojima svakodnevno usko surađujemo na projektima. Uvijek smo prisutni na probnim proizvodnjama u Kreševu, Sarajevu (Juicy Vita), Jastrebarskom i Slovačkoj (Juicy Fresh) te smo na usluzi drugim odjelima s kojima timski odrađujemo zadane ciljeve.

U svijetu je prisutan trend zdrave prehrane, potrošači sve više paze na kvalitetu proizvoda i njihov sastav, mislite li da se i potrošači u regiji ponašaju na isti način? Prepoznaju li razlike između primjerice 100 % sokova i nektara?

Sve više se govori o zdravlju i zdravoj prehrani, no potrošači nisu dovoljno informirani o razlikama između 100 % sokova i ostalih napitaka. Na primjer, ne postoje jasne granice u dizajnu ambalaže, zbog čega se voće jednako prikazuje na svim proizvodima, bez obzira na udio voća unutar napitaka. Najzdravija je kategorija Juicy Fresh, proizvodi koji su dobiveni isključivo prešanjem ili cijedenjem voća te su prvi po kvaliteti. Zatim bih istaknula Juicy 100 % sokove, koji su dobiveni iz koncentriranih voćnih sokova s dodatkom vitamina – koji sadrže 100 % udio voća, a ne sadržavaju dodani šećer, arome, bojila i konzervanse. Nektari sadrže više od 25 % voćnog udjela, dok voćni napitci sadrže voćni udio obično manji od voćnih nektara.

Koji su najnoviji svjetski trendovi, a koji na našim tržištima? Koji su fokusi u razvojnim projektima?

Briga za zdravlje, održivost i smanjenje utjecaja plastike neki su od glavnih trendova u svijetu. Navedeni trendovi idu upravo u smjeru u kojem mi vidimo razvoj brenda Juicy – stavili smo naglasak na 100 % sokove te smo prošle godine lansirali nova četiri 100 % okusa pa sad imamo najširi raspon 100 % sokova na ovim tržištima. Planiramo nastavak širenja ponude proizvoda s daljnjim fokusom na ponudu prirodnih i zdravih napitaka. Jedan je od važnih projekata na kojima radimo smanjenje šećera i zamjena šećera prirodnim sladilima jer je u Hrvatskoj trenutačno aktualna tema uvođenja oporezivanja na šećere u bezalkoholnim pićima i voćnim nektarima.



Za kraj nam reci koga bi posebno istaknula kao potporu na svojem razvojnom putu?

Moj razvojni put još traje, učimo dok smo živi, svakim se danom nadograđujem. Na mojem su putu određene osobe doprinijele da postanem osoba kakva sam danas. Iznimnu potporu mi svakodnevno pruža moj suprug koji je najviše zaslužan da se mogu posvetiti poslu uz obiteljske obaveze. Posebno bih zahvalila Tomislavu Bolfeku i Željki Haramiji iz Jamnice, koji su prepoznali potencijal u meni i pružili mi šansu da napredujem, te kolegama Miroslavu Mariću i Sanji Kunder, bez kojih moj početak kao rukovoditeljice Odjela razvoja ne bi bio moguć jer smo zajedno bili u svim pozitivnim, a ponekad i teškim situacijama. Na kraju zahvaljujem gospodinu Staniću, koji mi je dao priliku i koji u svakom trenutku pred mene postavlja visoke ciljeve i izazove, koje i nakon 15 godina radnog staža sa zadovoljstvom i jednakim žarom ispunjavam kao i prvog dana.

Brend Juicy proslavio 20 uspješnih godina

Najbolji su poklon izvrsni rezultati – prodaja se povećala 30 puta, izvoz je narastao za više od 60 %, a prošle je godine Stanić Grupacija prvi put imala promet 3 milijarde kuna, odnosno 800 milijuna konvertibilnih maraka.

Obilježili smo 20 uspješnih godina najprodavanijeg soka u Hrvatskoj i tržišnog lidera u regiji, brenda Juicy. Vrhunska kvaliteta, najbolji sastojci iz voća i omiljene kombinacije okusa zaslužni su što je upravo Juicy već 20 godina najtraženiji sok u maloprodajnim i HoReCa kanalima.

„Snažan iskorak u izvozu dio je strategije koja ima za cilj Juicy sokove pozicionirati kao svjetski poznat brend! Zahvaljujući snazi cjelokupne Stanić Grupacije, koja je prošle godine imala promet veći od 3 milijarde kuna, odnosno 800 milijuna konvertibilnih maraka, i dalje ćemo kontinuirano ulagati u brend Juicy kako bismo strateški širili poslovanje.

Danas, zahvaljujući modernoj tehnologiji i otvorenim granicama, naše tržište više nije samo regija ili Europa, već cijeli svijet.

U proteklih 20 godina proizvedeno je preko 500 milijuna litara soka Juicy, vjerujem da ćemo u sljedećih 20 proizvesti i prodati barem deset puta više“, naglasio je Svjetlan Stanić, vlasnik i predsjednik Uprave Stanić Grupacije.

Svakog sata u Bosni i Hercegovini popije se više od 11 000 litara soka, dok se u Hrvatskoj popije više od 10 000 litara soka, a svaki treći sok dolazi iz tvrtke Stanić Beverages.

„Ponosni smo na odlične rezultate koje brend Juicy ostvaruje u sklopu tvrtke Stanić Beverages. Možemo se pohvaliti i Kronesovom novom linijom za punjenje PET ambalaže u tvornici u Kreševu s kapacitetom od 100 milijuna litara godišnje, na kojoj se pune sokovi Juicy Fruits, a odnedavno i brend Sola. Dugogodišnje partnerstvo s Heinekenom, zahvaljujući kojem smo dobili licenciju za punjenje brenda Sola, samo je još jedna potvrda visokih standarda kvalitete koje prepoznaju renomirane multinacionalne tvrtke. Uz daljnja ulaganja, strateško vođenje tvrtke i inzistiranje na najvišim standardima u svim segmentima poslovanja krećemo u novo desetljeće brenda Juicy“, izjavio je Zoran Mabić, predsjednik Uprave Stanić Beveragesa.

Tijekom cijele godine rođendan brenda Juicy obilježili smo mnogobrojnim aktivnostima na tržištima Hrvatske i BiH: sveobuhvatnom TV, Digital, Radio i OOH kampanjom, nagradnim igrama u trgovinama Konzum, Spar, Bingo i Plodine te brandingom na prodajnim mjestima.



O popularnosti brenda Juicy govore i podaci da je u Hrvatskoj najprodavaniji sok onaj s okusom naranče, a Juicy 100 % naranča apsolutni je broj jedan.

U BiH najprodavaniji su okusi naranče i jabuke, a oba spadaju u 5 najprodavanijih na cijelom BiH tržištu voćnih sokova.

Juicy 100 % ananas također je najprodavaniji sok od ananasa u zemlji i regiji, a razlog je tome zasigurno i sirovina, točnije sočna pulpa ananasa iz Kostarike.

Ovim omiljenim okusima Juicy 100 % sokova, u 2019. godini pridružili su se i novi 100% okusi - **100 % gusti**, **100 % multivitamin**, **100 % jagoda** **jabuka grožđe i banana** te **100 % višnja jabuka**.

Početak travnja u Matis Absolut Loungeu u Zagrebu održana je i velika proslava dvadesetog rođendana brenda Juicy, koja je okupila tritotinjak osoba iz poslovnog i javnog života te brojne partnere Stanić Grupacije. Prigodne govore održali su Ivica Sertić, nekadašnji predsjednik Uprave Jamnice, Svjetlan Stanić, vlasnik i predsjednik Uprave Stanić Grupacije, Zoran Mabić, predsjednik Uprave Stanić Beveragesa te Josip Sacher, potpredsjednik HGK-a za trgovinu i financije.



Poseban trenutak večeri bila je podjela nagrada i zahvala zaposlenicima koji su u Juicyju od prvog dana, a to su: Stjepan Vašina, Željko Pavletić, Dragica Jambrović, Branko Tomićak, Marijan Sedlar, Mijo Sirovica, Štefica Šeperić, Dragica Fajfarić i Damir Grubić.



Stiglo je novo osvježanje Juicy Ice Tea

Povodom 20. obljetnice Juicy je predstavio novog člana obitelji - Juicy Ice Tea. Novi Juicy Ice Tea dostupan je u dvama okusima - šumsko voće i breskva, koji će vas oduševiti već na prvi gutljaj i omogućiti vam toliko željeno ledeno osvježanje i super voćni doživljaj.

Kada ste u pokretu, uživate u prirodi ili jednostavno šetate gradom, Juicy Ice Tea u pakiranju od 0,5 l bit će vaš idealan suputnik, a kada doma želite razveseliti obitelj i prijatelje, Juicy Ice Tea od 1,5 l doći će kao naručeno idealno piće za sve prilike.



Stanić Beverages jedan je od najvećih proizvođača sokova, nektara i osvježavajućih pića u regiji

Tvrtka Stanić Beverages d.o.o. Bosna i Hercegovina u Kreševu osnovana je 2013. godine, kada smo postali vlasnici brenda Juicy. Pored svima nama omiljenog brenda Juicy tu su još i prepoznatljivi brendovi kao što su Juicy Fruits, TO, Juicy Vita i Juicy Kids, a za vaše uživanje u ovim ukusnim proizvodima brine se više od 80 tvrtkinih zaposlenika.

U 2019. smo godini u Kreševu vrijedno radili na četirima proizvodnim linijama, čiji kapaciteti prelaze preko 100 milijuna litara. Svake godine rastemo pa je tako prošle godine zabilježen značajan rast prodaje, a proizvedeno je preko 35 milijuna litara.

Brend Juicy prisutan je na tržištu jugoistočne Europe, prioritetno zemlje CEFTA-e, Europske unije te Bliskog istoka, što omogućuje da se tvrtka stalno razvija te smo u skladu s tim predstavili nove okuse u skladu sa željama i potrebama potrošača.

Ovako velikim brojem tržišta s kojima je tvrtka radila osigurano je mnogo lijepih mogućnosti za svakodnevni razvoj, ali i mnogo profesionalnih izazova.

U skladu sa svjetskim trendovima, poseban naglasak dan je zdravom životnom stilu pa su tako brendovi prošireni s novim okusima vrhunske kvalitete, poput premium Juicy brenda i novih 100 % Juicy okusa koji ne sadržavaju dodane šećere, aditive ili konzervanse.



Naša vizija i misija odražavaju se u vrhunskoj kvaliteti proizvoda, slušanju želja potrošača, ali i zaštiti i poštovanju životne sredine. Mi smo društveno odgovorna tvrtka, a to potvrđuju i certifikati ISO 14001 i ISO 9001, implementirani HACCP sustav (Hazard Analysis Critical Control Points) i certifikat IFS Food za najviše standarde u upravljanju kvalitetom tijekom čitavog proizvodnog procesa, koji našim kupcima jamče sigurnost.

Gradimo partnerske odnose s kupcima, sa zajednicama u kojima se nalaze naša postrojenja, ali i sa zajednicama iz koje dolaze naši zaposlenici - te stvaramo ugodno radno okruženje za zaposlenike. Besprijekorna odgovornost prema životnoj sredini koja je svakodnevica za sve naše zaposlenike izvor je ponosa za lokalnu zajednicu iz koje dolazimo, ali i za sve potrošače s kojima poslujemo. Vodimo računa o okolini, ambalaži i otpadu, o čijoj se ponovnoj upotrebi brinemo.

Posjeta mališana

Mi smo tvrtka koja neguje obiteljske i društvene vrijednosti pa smo u skladu s tim u pogonu u Kreševu organizirali „DANE OTVORENIH VRA-TA“ kako bismo upoznali djecu s proizvodnim procesom i približili im brend. Pogon je obišlo oko 80 djece iz mostarske Osnovne škole Ivana Gundulića pa su iz prve ruke saznali kako nastaju njihovi omiljeni sokovi.



Jedan od mališana izrazio je svoje zadovoljstvo te pokazao koliko zavidi direktoru Marijanoviću jer, kako je naveo: „Direktor je jako sretan što radi na ovakvom mjestu jer može piti sokova koliko god želi svaki dan“. Ovakvim se posjetima trudimo kod djece poticati zdrave navike u prehrani pa im skrećemo pažnju koliko su bitni vitamini koje konzumiraju u našim sokovima.



Ovim posjetom nisu samo mališani naučili nešto novo. Kao tvrtka koja stremlji razvoju želimo iskoristiti svaku inovaciju u proizvodnji sokova namijenjenih djeci. Djeca postaju ključna na rastućem tržištu sokova pa smo ih pitali što oni kao potrošači žele od sokova, a mi ćemo se potruditi iznenaditi ih jer su nam oni najdraži potrošači. Zapisali smo njihove ideje i želje koje ćemo iskoristiti u skorijoj budućnosti.

Kreativnost je više nego ikad prije potrebna u ovakvoj djelatnosti, sigurni smo da će nam naša strast za izazovima i razvojem i dalje donositi uspjeh na našem putu. Sokovi su sjajan primjer proizvoda koji se iznova stvara nevjerojatnim valovima kreativnosti i inovacije, što omogućuje našim majstorima da svoje kreativne ideje pretvore u zadivljujuće i ugodne okuse za sve.



Održivo poslovanje

Uravnotežen način života odnosi se na izbore koje ljudi svakodnevno donose u vezi s tim što jedu, piju i rade. Mi želimo da ljudi donose informirane odluke o Juicy sokovima koje konzumiraju.

Mi smo mnogo više od tvrtke koja proizvodi i prodaje sokove. Mi stvaramo veze svakim gutljajem. Mi smo inovativni, kreativni i drugačiji.

Mi brinemo o svojem timu, svojim klijentima, partnerima i svojoj zajednici. Što smo bolji prema njima, naš je rast veći. Kvaliteta i odgovornost prema zajednici i okolišu utkane su u svaki segment našeg poslovanja jer dugoročno želimo biti primjer za postavljanje vrijednosti koje su nama i našim potrošačima bitne.

Nova premium poslovnica Techno Shopa otvorena u Delta Planet centru u Banjoj Luci

Tvrtka Stanić Trade 21. ožujka 2019. godine otvorila je u Banjoj Luci svoju poslovnicu u Delta Planet centru, koji je trenutačno na glasu kao najveći i najbolji trgovački centar u Bosni i Hercegovini. Riječ je o prvoj premium prodavaonici Techno shop na više od 700 kvadratnih metara, koja je ujedno i jedanaesta poslovnica maloprodajnog lanca. Svečanom otvorenju banjalučkog Techno Shopa na novom prodajnom mjestu prisustvovalo je preko 100 uzvanika, partnera i vjernih kupaca. Otvorenje je bilo upriličeno otvorenjem Delta Planet centra te je uz uzvanike na dan otvorenja poslovnicu posjetilo i nekoliko tisuća posjetitelja, a za prvih su 100 kupaca upriličeni i prigodni pokloni.



Stanić Trade & LG donose OLED tehnologiju i umjetnu inteligenciju na velika vrata u BiH

U Sarajevu je 17. listopada 2019. godine tvrtka Stanić Trade u suradnji s tvrtkom LG Electronics organizirala u Klubu 1 događaj pod nazivom „Perfect & Smart Home powered by LG” te predstavila svojim VIP gostima i tržištu Bosne i Hercegovine seriju premium OLED televizora s umjetnom inteligencijom, koji će unijeti revoluciju u domove brojnih korisnika.

Na događaju je sudjelovalo više od stotinu uzvanika, a pozdravili su ih Damir Kalmar, direktor tvrtke Stanić Trade i generalni direktor tvrtke LG za regiju središnje i južne Europe, gospodin Hyeong Tae Kim.



Uz OLED televizore prisutnima su predstavljeni i televizori NanoCell te LG-ova linija velikih kućnih uređaja Signature, a najavljeno je da u 2020. godini tvrtke Stanić Trade i LG Electronics slave jubilarnih 25 godina uspješne suradnje.

LG svjetleća reklama postavljena u glavnom gradu BiH

U Sarajevu je početkom prosinca u suradnji s tvrtkom LG Electronics MKA, osvanula velika svjetleća reklama LG kao još jedan od dokaza uspješna 25-godišnjeg partnerstva i prijateljstva tvrtki LG Electronics i Stanić Trade. Svjetleći logo tvrtke LG dimenzija 6 x 14 m postavljen je na neboderu Vranica u Općini Novo Sarajevo i bit će jedan od prepoznatljivih simbola ovog dijela grada.



Heineken 0.0

Heineken® 0.0: vrhunsko bezalkoholno pivo izvanrednog okusa sa samo 69 kalorija.

U skladu s rastućim trendom umjerene konzumacije alkohola, koju tvrtka **HEINEKEN** aktivno promiče, i na bosanskohercegovačkom je tržištu dostupno vrhunsko bezalkoholno pivo Heineken 0.0.



Riječ je o pivu s 0,0 % alkohola, izvanrednog okusa, napravljenog od jedinstvenog Heinekenovog A-kvasca i kvalitetnih prirodnih sastojaka – vode, ječma, slada i hmelja – sa samo 69 kalorija.

Nakon nekoliko godina istraživanja i upotrebe novih tehnika proizvodnje piva dobiven je optimalan recept za prvo bezalkoholno pivo brenda Heineken, a rezultat je pivo osvježavajućeg okusa u kojem uživaju i najzahtjevniji ljubitelji kvalitetnog piva – i to u bilo kojem dijelu dana.

Svjesni smo da je bezalkoholno pivo već godinama pod povećalom kritičara koji ga nisu smatrali “pravim pivom”. Međutim, Heinekenom 0.0 ne samo da smo dokazali da bezalkoholno pivo može imati izvanredan okus nego smo i pokazali da se u njemu može uistinu uživati. Heineken 0.0 mijenja i koncept konzumacije jer je odsad u kvalitetnom pivu moguće uživati i na poslovnom ručku, tijekom radnog vremena, u zračnoj luci, u dopodnevnoj šetnji, poslije treninga, na sportskom događanju i drugim prilikama u kojima to inače nije prikladno ili uobičajeno.

Također, osim popularnosti zdravog načina života, raste i tržište prirodnih bezalkoholnih pića, a Heineken 0.0 uz 0,0 % alkohola, samo 69 kalorija i prirodne sastojke, ovim potrošačima pruža upravo ono što žele”, poručuju iz tvrtke Heineken BiH.

Zanimljivo je da je etiketa bezalkohalnog Heinekena plave boje, čime se odstupilo od tradicionalne zelene, ali se istovremeno jasno odredila razlika između bezalkoholne i alkoholne inačice ovog piva.

Desperados – pivo koje oslobađa divlju stranu zabave



U portfelju tvrtke Boreas od 2019. godine je još jedan poseban proizvod – Desperados, vrhunsko lager pivo s okusom tekile. Desperados odlikuju savršen omjer tradicionalnog okusa najboljih piva i egzotičnog okusa tekile uz udio alkohola od 5,9 %, zlatna boja i intenzivan miris. Desperados je pakiran u atraktivnu, posebno dizajniranu bocu od 0,33 l kako bi uživanje u njemu direktno iz boce bilo jedinstven doživljaj.

Desperados je namijenjen, prije svega, mlađim ljudima željnim dobrog provoda i lude zabave. Ovaj međunarodno poznat proizvod odlično će upotpuniti večernji izlazak, trenutke s prijateljima učiniti još zabavnijima te osloboditi divlju stranu zabave.

Aqua Viva

Poslije uspjeha na svim regionalnim tržištima, u kolovozu 2019. godine na tržištu Bosne i Hercegovine započeli smo prodavati jedinstveno obiteljsko pakiranje proizvoda Aqua Viva od 2,5 l, čije smo puštanje podržali jednom snažnom TV i billboard kampanjom.

Praktičnost je nešto čime se ovo pakiranje izdvaja od drugih. Anatomska drška i anatomski oblik boce omogućuju savršeno prianjanje ruke prilikom izlivanja i pakiranje čine lakim za upotrebu i odlaganje u hladnjak.

Cilj je kampanje zapravo bio prenošenje poruke o važnosti hidratacije cijele obitelji, a Aqua Viva od 2,5 l upravo je stvorena prema mjeri nas i naših najmilijih.

Na tržištu nezamjenljiva, u obitelji omiljena.
AQUA VIVA
PUNA ŽIVOTA



Johnnie Walker Pocket Scotch: džepni viski koji nosite sa sobom

Pocket Scotch jest džepni viski za ponijeti. Ova inovacija daje priliku ljubiteljima viskija da uživaju u okusima Johnnie Walker Black Label, Red Label, J&B i The Singleton Malt, u novim modernim džepnim veličinama pakiranja od 20 cl.

Pocket Scotch omogućava uživanje na jedan drugačiji način. Otvara vam mogućnosti da istražite nove prilike i nova iskustva konzumiranja viskija.



Pocket Scotch na tržištu Bosne i Hercegovine dostupan je od studenog 2019. godine u četirima okusima: Johnnie Walker Black Label, Johnnie Walker Red Label, J&B i The Singleton Malt.

Viski Johnnie Walker škotski je viski broj jedan u svijetu, u kojem uživaju ljudi iz 180 zemalja svijeta. Još od vremena njegovog osnivača, Johna Walkera, tim blendera zadužen za miješanje maltova slijedi okus i kvalitetu iznad svega.

Današnji ponuda nagrađivanih viskija uključuje Johnnie Walker Red Label, Black Label, Double Black, Green Label, Gold Label Reserve i Blue Label, koji zajedno čine više od 18 milijuna prodanih paketa godišnje, što Johnnie Walker najpopularnijim brendom škotskog viskija na svijetu.

Zaječarsko Crno

„Zaječarsko Crno namijenjeno je svim istinskim ljubiteljima crnog piva koji žele trenutke uživanja u jedinstvenom okusu podijeliti sa svojim prijateljima“.



Specifičan okus i prepoznatljiva aroma Zaječarskog Crnog postignuti su kombinacijom četiriju vrsta slada: svijetlog, specijalnog, karamelnog i crnog (prženog). Kombinacija ovih sastojaka, koji se upotrebljavaju u početnim fazama proizvodnje, daju Zaječarskom Crnom poseban karakter.

Zaječarsko Crno vrhunac okusa postiže ako se poslužuje u čaši šireg dna koja se blago sužava prema vrhu. Pored prilike da se bolje osjeti jedinstvena aroma, takav oblik čaše omogućava i postojanost pjene.

Molim jedno pšenično, točeno pod kutom od 45 stupnjeva!

Zaječarsko Pšenično pravi se na tradicionalan način, uz upotrebu pšeničnog i ječmenog slada, svježeg hmelja i vrhunskog kvasca koji ostavlja lagani, voćni, gotovo tropski okus. Za Zaječarsko Pšenično karakteristična je gusta, ali ujedno i kremasta pjena, koja dugo ostaje u čaši, čuvajući punoću okusa, dok prepoznatljivu mutnoću pravog pšeničnog piva daje kvasac koji ostaje nefiltriran.

Zaječarsko Pšenično pivo sa sobom nosi i poseban ritual točenja. Idealno je da se toči pod kutom od 45 stupnjeva, polako i postupno u visoku čašu, usku pri dnu i proširenu na vrhu. Poželjno je da čaša bude ohlađena jer topla ubrzava oslobađanje ugljičnog dioksida, zbog čega pivo brže ishlapi. Kad u boci ostane četvrtina sadržaja, treba prestati s točenjem, blago zavrtjeti bocu kako bi se nataloženi kvasac odvojio od dna, a onda istočiti ostatak. Na ovaj način u čaši se dobiva bogata kremasta pjena i sav sadržaj pivskog kvasca. Zbog svoje karakteristične lakoće okusa Zaječarsko pšenično predstavlja pravo osvježanje tijekom ljetnih mjeseci, dok ga njegova aroma čini savršenim izborom tijekom cijele godine.

Četiri košarkaške legende pokazuju kako graditi karakter

Laško je prošle godine udružilo četiri velike košarkaške legende koje su i danas sinonim za najbolju svjetsku košarku.

Vrhunsku Laško ekipu čine trofejni trener Bogdan Tanjević, predsjednik stručnog savjeta Hrvatskog košarkaškog saveza i nekad vrhunski centar brojnih europskih i NBA klubova, Dino Rađa, izbornik srpske košarkaške reprezentacije i jedan od najboljih organizatora igre u Europi, Aleksandar Đorđević, te glavni tajnik Košarkaškog saveza Slovenije i nekadašnji vrhunski košarkaš koji je igrao u Europi, SAD-u i Sloveniji, Radoslav Nesterović.

Četiri košarkaške legende i veliki sportaši ostavili su ogroman trag u povijesti svjetske košarke. Istovremeno, to su i četiri dobra prijatelja koja imaju bogatu zajedničku povijest, brojne zajedničke uspomene i anegdote. Kao i Laško, i njih četvorica vjeruju da se s karakterom ne rađamo, nego ga gradimo napornim radom i ustrajnošću.



Laško pivo sponzor je košarkaških reprezentacija Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Srbije te Slovenije. Zbog toga je u posebnoj kampanji Laško udružilo reprezentativce i četiri košarkaške legende. Legende su se iskušale u ulogama motivatora košarkaških reprezentativaca koji moraju još puno učiti ne bi li izgradili svoj karakter kako bi bili spremni za izazove koji ih očekuju. Tko ne bi želio takve motivatore?

IQOS - novost na tržištu Bosne i Hercegovine

Prije pet godina Philip Morris International ponudio je svijetu alternativu klasičnim cigaretama - IQOS, uređaj koji zagrijava, a ne sagorijeva duhan, a od travnja 2019. godine Bosna i Hercegovina se priključila ekskluzivnom klubu zemalja, njih 50, na čijim se tržištima može kupiti IQOS, čiji je ekskluzivni distributer tvrtka Boreas.

Ovaj proizvod miri pušače i nepušače jer nema duhanskog dima, katrana niti drugih štetnih tvari koje nastaju sagorijevanjem duhana, ima pozitivan utjecaj na pušače, ali i na javno zdravstvo uopće. IQOS je elektronički uređaj, suvremen, a krajnje jednostavan za upotrebu, koji služi za zagrijavanje patrona pravog duhana. Razvijen je dulje od 10 godina, u njegovu je razvoju sudjelovalo 430 vrhunskih znanstvenika, koji su stručnjaci u preko trideset znanstvenih disciplina, a uloženo je više od 6 milijardi dolara. Zadržan je nikotin kao prirodni dio biljke duhana, a koji nije primarni uzročnik pušačkih bolesti, ali jest razlog zbog kojeg se pušači ne odriču cigareta. Iako se radi o elektroničkom uređaju, ritual je upotrebe IQOS-a, u usporedbi sa svim ostalim zamjenama za cigarete, najpribližniji pušenju. Dosad je u svijetu skoro 9 milijuna odraslih pušača potpuno prešlo na IQOS.



Kao oblik podrške, na prodajnim su mjestima potrošačima na raspolaganju IQOS savjetnici, koji su tu kako bi pomogli, pružili podršku i savjet, omogućili ostvarivanje zakonskih prava potrošača, ali i saslušali njihove reakcije. Potreba za trgovinama ovakvog tipa pojavila se jer je tehnologija upotrebe duhana ipak složenija od cigareta, a na ovaj način omogućeno je da se na jednom mjestu saznaju sve potrebne informacije o uređaju i njegovim karakteristikama, kao i kako se on može kupiti i servisirati po potrebi. Također, svim punoljetnim zainteresiranim osobama i registriranim korisnicima omogućeno je besplatno pozivanje korisničkog servisa na broj 0800 21212 i posjet internetskoj stranici: <https://ba.iqos.com/bs>.

Na tržištu BiH mogu se naći svi modeli IQOS-a koji su dosad prisutni na tržištu, a to su: IQOS 2.4, IQOS 3, IQOS MULTI, i najnoviji, IQOS 3 DUO.

Gordons Pink

Gordon's Premium Pink Gin lansiran u BiH.

Nadahnut izvornim Gordonovim receptom iz 1880-ih, Pink Gin ima osvježavajući okus Gordon'sa s prirodnom slatkoćom malina i jagoda i svježinom crvenog ribizla. Stvoren je samo s prirodnim voćnim okusima kako bi se osigurao najkvalitetniji doživljaj bobičastog voća. Gordon's Premium Pink Gin poslužuje se u čaši za vino s ledom, tonikom i svježim jagodama.



Nogometna utakmica Stanić vs. NK Zrinjski

Na travnjaku Stadiona HŠK Zrinjski potpisan je ugovor o marketinškoj suradnji između tvrtke Boreas, distributera Karlovačkog piva, i HŠK-a Zrinjski.



Ugovor su potpisali predstavnik Boreasa, direktor marketinga Alen Pecirep i Mario Pandža, direktor marketinga kluba. Svečanom potpisivanju ugovora prisustvovala je i prva momčad Zrinjskog. Druženje se nastavilo uz nogometne igre u kojima su najuspješniji nagrađeni, utakmicu u kojoj su snage odmjerili veterani Zrinjskoga i zaposlenici Stanić Grupacije s rezultatom 1:1.

Stanić Media

Stanić Media kao članica Stanić Grupacije u cijelosti producira programsku shemu radija KISS FM, koja se sastoji od informativnog, zabavnog, edukativnog, kulturnog i sportskog sadržaja, a koji svakodnevno prilagođavamo svjetskim trendovima. Zahvaljujući neprestanim ulaganjima u najsavršeniju tehnologiju i uvođenjem inovacija iz svijeta radijske opreme, Stanić Media sa svim postojećim projektima u sljedećem razdoblju ima kao cilj proširenje u svojoj branši.

Moderno opremljene studijske prostorije, već prepoznatljiva – jedinstvena glazbena platforma, mlad, kreativan i ambiciozan tim, samo su dio onoga što tvrtku Stanić Media smješta u vrh medijskog prostora u Bosni i Hercegovini. U proteklom razdoblju, radili smo velike kampanje za brendove Stanić Grupacije, a to su: Juicy, Juicy Fruits, Juicy Kids, Juicy Ice Tea, LG, Toshiba, Technoshop. Iskorak je napravljen u produkcijskom dijelu, gdje smo uz KISS FM-ov programski sadržaj producirali i dvije uspješne internetske radiostanice u BiH – Moj radio i Šparkastični radio u suradnji sa svojim partnerima, tvrtkama BH Telecom d.d. i Sparkasse Bank d.d.

U okviru prošlogodišnjeg Sarajevo Film Festivala tim radija KISS FM je, kao partner generalnog pokrovitelja ovog velikog i značajnog događaja – BH Telecoma - za potrebe Mog Radija izveštavala uživo s Festivalaskog trga, radila emisije s poznatim domaćim, regionalnim i svjetskim glumcima, producentima, redateljima. Razgovaralo se i s domaćim i regionalnim zvijezdama iz svijeta glazbe, mode, kulture i umjetnosti. U nizu poduzetih aktivnosti koje se odnose na plasiranje samo najboljeg prema tržištu u gostili smo mnoge poznate osobe i predstavljali njihov rad na radiju KISS FM. U predstojećem razdoblju pripremili smo još mnogo iznenađenja, a kako bismo uspjeli u tome, uz usavršavanja i edukacije svojeg tima, radimo i na njegovu proširenju te smo u 2019. godini pružili priliku novim zaposlenicima da postanu dio tima: Andreju Petroviću, Arnaldu Drljeviću i Saneli Gavran, za koje vjerujemo da će svojim radom u tvrtki Stanić Media doprinijeti u zauzimanju leaderske pozicije na tržištu marketinga.



“Iza nas je još jedna uspješna poslovna godina, gdje smo potvrdili dobro poznatu činjenicu da se samo radom i neprekidnim usavršavanjem mogu savladati sve prepreke i svi izazovi u digitalnom svijetu u kojem živimo. Stanić Media prati svjetske trendove i tehnologije za uspješnu realizaciju kampanja koje nam povjere naši klijenti. Ponosni smo na uspjehe svojih partnera s kojima dijelimo iste ciljeve, a to je biti najbolji u onome što radimo“, rekao je Cocalić.

Borvel

2013. godine s radom je započela tada najmlađa članica Stanić Grupacije, tvrtka Borvel, veleprodaja alkoholnih i bezalkoholnih pića. U proteklom razdoblju tvrtka je zabilježila značajan rast i razvoj tako da trenutačno u svojem portfelju ima kompletnu ponudu proizvoda za kanale HoReCa i Retail.



Poslovanje Borvela odvija se u četirima poslovnim jedinicama, Kreševu, Sarajevu, Zenici i Mostaru, koje vodi tim od 30 djelatnika. „Iako smo još uvijek mala tvrtka, jako smo ponosni na ostvarene rezultate. Naša je snaga u našim djelatnicima te u jasnoj viziji poslovanja. Kako bismo osigurali daljnji rast i razvoj tvrtke, svakodnevno radimo na stvaranju ugodnog i poticajnog radnog okruženja koje će na naše djelatnike imati nadahnujuć utjecaj te ih motivirati u svakodnevnom radu. I u predstojećem ćemo razdoblju vrijedno raditi kako bismo ostvarili poslovne ciljeve te ojačali tvrtku novim kadrovima“, ističe direktor tvrtke Borvel, g. Ivičević Josip.

Zaklada jedni za druge



U proteklom razdoblju rad Zaklade “Jedni za druge” prvenstveno je bio usmjeren na pružanje financijske podrške zaposlenicima Stanić Grupacije koji su se našli u situaciji da moraju plaćati troškove vlastitog ili liječenja članova svoje uže obitelji.

Kako bismo djelovanje Zaklade usmjerili na ispunjavanje jednog od dodatnih ciljeva djelovanja, u listopadu 2019. raspisan je poziv za dodjelu stipendija na koji su se mogli prijaviti zaposlenici Stanić Grupacije i članovi njihovih užih obitelji. Dodjelom stipendija želimo potaknuti svoje zaposlenike da ulažu u vlastito obrazovanje i stručno usavršavanje, odnosno pružiti financijsku pomoć za školovanje nadarenih studenata koji dolaze iz obitelji naših zaposlenika. Ovo je, nadamo se, samo prvi korak ka uspostavljanju tradicije stipendiranja i radujemo se što ćemo uskoro imati priliku upoznati prvu generaciju stipendista Zaklade.

Osnovne informacije o djelovanju Zaklade mogu se pronaći na www.jednizadruga.com, a pomoću ove stranice zaposlenici se mogu i obratiti Zakladi za pomoć.

Prijem nagrade „Fra Grgo Martić“

Najbolji rukopisi Fahrudina Dine Međedovića i Berislava Juriča

Žiri u sastavu: Amir Brka, Milo Jukić i Željko Grahovac jednoglasno je izabrao najbolje rukopise pristigle na natječaj Književne zaklade „Fra Grgo Martić“ za 2019. godinu.

Na prošlogodišnji natječaj, sedmi po redu, stiglo je 46 rukopisa, po 23 u obje kategorije. U kategoriji proze najboljim je proglašen rukopis poslan pod šifrom „Silikonska dolina“, čiji je autor Fahrudin Dino Međedović iz Tuzle, dok je u kategoriji poezije najbolji rukopis poslan pod šifrom „Petar Tomin“, čiji je autor Berislav Jurić iz Mostara.

Međedoviću i Juriću pripala je nagrada u iznosu od po 1.500 KM. Berislav Jurić nagradu Književne zaklade „Fra Grgo Martić“ osvojio je i prije šest godina, 2013., u kategoriji za najbolji prozni prvijenac. Zaklada će uskoro izdati oba nagrađena rukopisa.

Intervju s g. Antom Stanićem

Odakle crpate snagu i motivaciju za pisanje?

Moja ljubav prema čitanju i pisanju razvila se, utkala u mene još u srednjoj školi. Ako imaš ljubav, volju i želju za nečim, onda snaga dolazi sa svih strana. Motivaciju za pisanje dobivam u sredini u kojoj živim. Ja slikam život opisivanjem.

Koji je književnik imao najviše utjecaja na Vaše stvaranje?

Sve pročitano utjecalo je na oblikovanje moga književnog stila, ali mislim da je klasika imala najveći utjecaj jer sam se njoj najviše divio. Dje-la našeg nobelovca Ive Andrića i danas su mi duhovno nadahnuće za pisanje.

Na kojim projektima radite?

Upravo sam završio svoj dvanaesti roman, „Lijepa Jelena iz kreševskog dvorca“. To je povijesni roman za koji sam se morao puno pripremati, proučiti povijest Kreševa, odnosno Bosne u vremenu od 1430. do 1530. godine. Poslije nekoliko stotina godina, vratio sam život u kreševski dvorac u navedenom vremenu. Ostalo pročitajte u mojoj knjizi...

O čemu pišete u romanu „Lijepa Jelena iz kreševskog dvorca“?

Skinuo sam naslage truleži s kreševskog srušenog dvorca, nestalog prije nekoliko stotina godina, te u njega udahnuo život. Uselio sam u njega kneza Ljudevita Krstića te njegovim likom i stotinama drugih opisao tadašnji život u Kreševu i Bosni i tako pomoću knezovih potomaka slikao život sljedećih sto godina u Kreševu.



Koji su Vaši planovi za predstojeće razdoblje?

Čovjek planira, a Bog ostvaruje. Ideja je puno, a jedna je od njih napisati knjigu o životu. Razmišljam kratkim esejima, pričicama opisati mudrost življenja. Ustvari, u svakoj se knjizi prikazuje nečiji život i njegov način življenja. Ja s duljim životnim iskustvom imam što reći o životu, ali to je opet subjektivno i doživljeno u mojim životnim okolnostima. Pokušat ću napraviti knjigu iz koje će moći svatko ponešto naučiti.

Što možete poručiti čitateljima biltena Stanić Grupacije?

Bilten je informativni časopis Stanić Grupacije koji izlazi jednom godišnje i donosi informacije o radu, razvoju, planovima. Radnici koji rade u Stanić Grupaciji i koji vole svoje poduzeće, trebali bi s oduševljenjem čekati izlazak ovog časopisa radi izvještaja o radu i planovima poduzeća. Poruka je: volimo poduzeće u kojem radimo i surađujemo, pomažimo u otklanjanju bilo kakvih problema pa će nam svima biti još bolje.

Suvremene HR prakse

Uvođenje suvremenih praksi upravljanja ljudskim potencijalima

Svjesni da su kvalitetna profesionalna regrutacija i selekcija, onboarding programi, neprekidno praćenje učinkovitosti, edukacije i unapređenje vještina kod djelatnika te prikladno nagrađivanje čimbenici, koji osiguravaju provodivost strategija te učinkovitost poslovanja, početkom 2019. godine u suradnji sa stručnjacima iz područja ljudskih potencijala i RRP stručnjacima iz tvrtke Philip Morris, Odjel ljudskih potencijala Stanić Grupacije po načelima suvremenih pristupa upravljanju i razvoju ljudskih potencijala zaposlio je 33 nova djelatnika i time stvorio novi odjel u okviru Tobacco divizije.

U regrutacijskom procesu koji je trajao dulje od 3 mjeseca tim Odjela ljudskih potencijala napravio je više od 200 intervjua s kandidatima koji su prošli pred-seleksijski proces, odnosno koji su zadovoljili postavljene kriterije.

Nakon nekoliko faza intervjuiranja i testiranja, 50 najuspješnijih kandidata prisustvovalo je predstavljanju uređaja IQOS i tehnologije koja stoji u pozadini kako bi dobili što više informacija koje će im biti potrebne za posljednji seleksijski proces koji je bio pred njima. Završni krug razgovora sastojao se od strukturiranog kompetencijskog intervjua te dodatno procjene kompetencija tijekom „igranja uloga“. Komisije koje su radile procjene kandidata sastojale su se od tima stručnjaka iz područja ljudskih potencijala te RRP stručnjaka, tvrtki Boreas i Philip Morris International.



30 kandidata koji su postigli najbolje rezultate prošlo je jednomjesečni onboarding program, koji je predstavljao set radionica i prezentacija koje su imale za cilj na interaktivan način upoznavanje s tvrtkama Boreas i Philip Morris International, opisom posla i radnim zadacima te pomoć u integraciji i socijalizaciji u organizacijski sustav Boreasa odnosno Stanić Grupaciju. Tek po okončanju onboarding programa osposobljeni novi djelatnici počeli su raditi u IQOS zonama u Sarajevu i Banjoj Luci, te na terenu u Mostaru i Sarajevu.

Proces praćenja i identifikacije područja koja imaju potencijal za unapređenjem počeo je istovremeno s prvim radnim zadacima IQOS tima – otkrivanje čimbenika motiviranosti djelatnika i adekvatno nagrađivanje, stvaranje posebnih treninga oblikovanih kao uravnotežene kombinacije teorije i rješavanja primjera iz stvarnih situacija, usredotočenih na postizanje postavljenih ciljeva, samo su neki od izazova koji su uspješno savladani već u prvim mjesecima rada novih djelatnika.

„Bio je to poseban izazov, ali i veliko zadovoljstvo kad mi se ukazala prilika da vodim tim sa zadatkom uspostavljanja novog odjela u našoj organizaciji. Izuzetno smo ponosni na sve kolegice i kolege koji su dali svoj doprinos, koji su uvijek težili ka tome da budu još bolji, učinkovitiji, jači, da iz greški izvuku pouku i nauče nešto novo. Posebno jer se radi o proizvodu koji je velika inovacija ne samo na domaćem već i na svjetskom tržištu, o proizvodu na kojem se temelji preobrazba jedne ogromne industrije“, ističe menadžerica ljudskih potencijala, Nejra Livnjak.

B2B RUN - Stanić Grupacija osvojila 2. mjesto u kategoriji velikih tvrtki

Stanić Grupacija je zauzela 2. mjesto na prošlogodišnjem izdanju AUDI B2B RUN utrke u Sarajevu!

Nakon višetjednih priprema tim Stanić Grupacije našao se 26. rujna 2019. godine ispod startnog luka na Vilsonovom šetalištu spreman pokazati kako se brane boje naše Grupacije.

Među više od 1.000 trkača iz više od 100 tvrtki, tim naše Grupacije zauzeo je 2. mjesto u kategoriji velikih tvrtki. Stanić Grupaciju s ponosom je predstavljalo 30 kolegica i kolega, koji su još jednom pokazali korporativne vrijednosti koje negujemo te da ujedinjeni u tim uvijek postizemo najbolje rezultate.



Uz odličnu atmosferu na sportskom natjecanju, nezaboravan provod uslijedio je i u večernjem programu nakon uručjenja medalja i poklona najboljim trkačima.

Za tri prvoplasirana trkača iz naše Grupacije osigurali smo dodatne poklone kao oblik priznanja i zahvale za uloženi trud i ostvareni rezultat.

Heinekenov trening prodajnih argumenata

Smatramo da su stalna edukacija, usavršavanje postojećih i razvoj novih vještina djelatnika ključni faktori našeg poslovnog uspjeha. U suradnji s našim Principalima konstantno radimo na edukaciji prodajne sile upotrebljavajući najbolje prakse s drugih tržišta i primjenjujući najnovije trendove u svijetu distribucije i prodaje.



7. studenog 2019. godine u prostorijama tvrtke Boreas d.o.o. u Binježevu održan je trening prodajnih argumenata na kojem su bili prisutni supervizori prodaje tvrtke Boreasa iz cijele Bosne i Hercegovine, nacionalni menadžeri kanala prodaje te menadžeri ključnih kupaca.

Trening je bio usredotočen na sljedeće teme: Znanje i vještine pisanja uvjerljivih argumenata prodaje, Sposobnost povezivanja pravih koristi s kupčevim prioritetnim potrebama, Razlikovanje prigovora kupaca, pregovaračke taktike te učinkovito rješavanje prigovora, Razumijevanje poticaja vrijednosti za kupca te kako ih upotrijebiti za pružanje vrijednosti kupcu i Praktični savjeti i alati za uspješniju prodaju.

Trening je vodila Romy Lauwers, Partner Capability & Execution menadžer u Heineken Europe Export & Global Duty Free. Svi prisutni imali su priliku steći nova znanja o argumentima prodaje te razmijeniti iskustva i probleme s kojima se svakodnevno susreću na terenu, pri čemu se mogla vidjeti kompleksnost tržišta Bosne i Hercegovine i potreba za konstantnim, brzim i efikasnim prilagođavanjem njegovim zahtjevima.

Edukacija prodajnog osoblja tvrtke Stanić Trade

U svibnju i lipnju 2019. godine, u suradnji s konzultantskom kućom Pro-Cons iz Sarajeva održana je prva prodajna edukacija u distributivnom kanalu tvrtke Stanić Trade.

Sastojala se od cjelodnevnog predavanja na kojem je prodajni savjetnik Emir Ganibegović zajedno sa sudionicima obuhvatio teme: Koraci prodaje, Tehnike prodaje, Kako zaključiti posao i upravljanje primjedbama, Tehnike naplate, Koncept uspješne prodaje, Kako postati vrhunski prodavač i Zbirni test s utvrđivanjem prodajnih vještina.



Nakon cjelodnevnog prodajnog treninga sistem rada nastavljen je individualnom direktnom edukacijom prodajnog tima na terenu. Edukacija je završila certifikacijom prodajnog osoblja.

Darivanje krvi

Daruj krv i spasi život!

Nastavljajući dugogodišnju tradiciju društveno odgovorne tvrtke i prošle godine smo u suradnji sa Zavodom za transfuziologiju Sarajevo organizirali akciju dobrovoljnog darivanja krvi djelatnika u Binježevu i Kreševu.



Kako dobrovoljno davanje krvi ima za cilj spašavanje ljudskih života te se temelji na principima dobrovoljnosti, anonimnosti, neplaćenosti i solidarnosti, s velikim smo zadovoljstvom organizator događaja. Kako bismo potaknuli što veći broj djelatnika na ovaj humani čin, svi darivatelji krvi nemaju obavezu vraćanja na posao nakon darivanja krvi.

Novosti u Stanić Grupaciji

Nove pozicije:

Boreas

Silajdzic Dino / Regionalni voditelj prodaje
Džepina Ante / Regionalni voditelj prodaje
Stojadinović Dragan / Voditelj kanala prodaje
Tobacco
Sulejmanpašić Selimović Larisa / Su-
pervizor IQOS
Čuk Nikola / Supervizor prodaje Tobacco
Mujić Mustafa / Koordinator IQOS Prodajnih
svajetnika
Lukić Mario / Koordinator IQOS Prodajnih
predstavnik
Vukelić Darko / Supervizor prodaje HoReCa
Berjan Borko / Supervizor prodaje HoReCa
Lukić Tin / Supervizor prodaje Retail
Rupar Milko / Supervizor prodaje Retail
Bejdić Dino / Supervizor prodaje HoReCa
Tadić Jovana / Trade marketing specialist
Kraljević Antonio / Referent za financije i
računovodstvo
Golub Jelena / Referent za uvoz i izvoz

Stanić Trade

Jasmin Mešanović / Voditelj maloprodajnog
objekta Zenica
Elvir Sabljica / Asistent voditelja web prodaje

Stanić Beverages Hrvatska

Jasmin Mešanović / Voditelj maloprodajnog
objekta Zenica
Elvir Sabljica / Asistent voditelja web prodaje
Milković Sanja / Voditelj nabave
Dedić Mia / Asistent u nabavi
Maćešić Luka / Trade Marketing Manager
Šestak Petra / Grafički dizajner
Brodarić Ana-Marija / Senior Brand Manager
Antunović Nikolina / Asistent u računovod-
stvu
Crneković Ivana / Business Assistant
Lacković Ivana / Glavni tehnolog
Fulir Damir / Glavni rukovoditelj strojem
Sedlar Marijan / Glavni rukovoditelj strojem
Šiktar Nedeljko / Glavni rukovoditelj strojem
Tomec Anđelko / Glavni rukovoditelj strojem
Pozderac Stjepan / Glavni rukovoditelj strojem
Jurinić Damir / Glavni rukovoditelj strojem
Širovica Mijo / Glavni rukovoditelj strojem
Botički Dražen / Električar serviser
Zvonar Ivan / Električar serviser
Blažek Stjepan / Strojarski AKT-1
Čigura Alen / Strojarski AKT-1
Bradač Davorka / Samostalni kontrolor proiz-
voda
Dragović Maja / Samostalni kontrolor proizvoda
Kralj Renata / Samostalni kontrolor proizvoda
Fric Rebeka / Kontrolor proizvoda
Vučković Miljenko / Glavni vozač viličara
Glušić Josip / Glavni vozač viličara

Tko časti:

Mulahasanović Srđan-Zlatan / kći Dea
Tešić Dejan / kći Nika
Crnkić Damir / sin Din
Ljubić Dario / kći Marta
Jukić Slavko / kći Filipa
Rajić Dragana / sin Tomislav
Čorić Mirna / kći Mia
Ivanković Toni / kći Anja
Vasilić Miloš / sin Andrej
Čorić Miljan / kći Lorena
Andrić Dejan / sin Viktor
Šarić Slaviša / kći Katja
Ivičević Marin / sin Gabriel
Brđanović Dalibor / sin Luka
Alomerović Aida / kći Adna
Dedajić Elvis / sin Harun
Furtula Nenad / kći Ivona
Pivić Nermin / kći Lejna
Tolo Vladana / kći Gabriela
Išević Ervin / sin Anur
Lakić Radoica / sin Viktor
Alijagić Armin / sin Emir
Kunder Sanja / kći Nela
Čulina Anja / sin Ezra

Uplovili u bračne vode:

Kartal Adnan / supruga Denisa
Rupar Milko / supruga Sonja
Karadža Adis / supruga Adisa
Damljanović Dario / supruga Ljiljana
Vasilić Miloš / supruga Anđela
Zonić Amerin / supruga Melisa
Bešić Adnan / supruga Nermina
Josić Perica / supruga Tijana
Dervišević Damir / supruga Mirela
Đikić Irma / suprug Nedžad
Grbeša Tina / suprug Ivica
Matijević Katica Ana / suprug Adnan
Gluvić Valentina / suprug Goran
Čelan Teo / supruga Natalie
Komšić Ivan / supruga Stjepana
Marjanović Dalibor / supruga Andrijana
Šunjo Mario / supruga Katarina
Helbet Andrea / suprug Nedjeljko
Rimac Dario / suprug Tamara
Čulina Anja / suprug Ivica

Spektakularni koncert Petra Graše za 20 godina postojanja brenda Juicy

Kao i svake godine, Stanić Grupacija i u 2019. je godini organizirala kon-
cert u Kreševu, što je tradicionalni događaj u sklopu proslave „Dana
firme“ i obilježavanja dugogodišnjeg uspješnog poslovanja Stanić
Grupacije.



Kako je 2019. bila godina ju-
bilarnog rođendana brenda
Juicy, to je bio razlog više
da svojim građanima, svim
djelatnicima, poslovnim
partnerima i prijateljima
omogućimo nezaboravnu
zabavu.

Vođeni time, ugostili smo
regionalnu pop-zvijezdu
i jednog od najvećih kan-
tautora, Petra Grašu. Kako
je i sam izjavio, obožava
pjevati pred bosanskoher-
cegovačkom publikom, a
emocija i energija kojom se
predstavio privukla je tisuće
posjetitelja iz cijele regije.

Nizanjem svima poznatih hitova Grašo je zajedno sa Stanić Grupacijom
omogućio nezaboravnu noć i centar Kreševa pretvorio u plesni podij. Glav-
na ulica Kreševa bila je u cijelosti popunjena nasmijanim i raspjevanim lici-
ma, a odande se širila dobra glazba i pozitivna energija te se s pravom može
reći da je Kreševo tu noć bilo središte vrhunske atmosfere i grad mladosti.



Pjevajući hitove, oni najmlađi osvježenje su potražili u Juicy sokovima,
dok su oni stariji zabavu upotpunili Karlovčkim pivom.

Shodno navedenom, Stanić Grupacija je pokazala da svaku zabavu želi
učiniti nezaboravnom. Koncert Petra Graše obilježio je na najdostojniji
način 20 godina postojanja brenda Juicy.

Blagdansko okupljanje Stanić Grupacije

Tijekom prosinca održani su blagdanski domjenci u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini, na kojima smo zajednički proslavili kraj još jedne uspješne godine. Blagdanska druženja Stanić Grupacije idealna su prilika da kolege i kolege uz pjesmu i smijeh slave završetak stare i početak nove poslovne godine te nazdravljaju novim izazovima i uspjesima koji ih očekuju.





www.stanic.com