

## Coca-Cola nagradila inovativna rješenja studenata ekonomije

Zagreb, 4. svibnja 2009. – Na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu u srijedu 29. travnja proglašeni su pobjednici dvomjesečnog natjecanja u pisanju poslovnih slučajeva u okviru projekta studentske udruge eSTUDENT, kojoj je cilj povezati najbolje studente Sveučilišta u Zagrebu i najbolja poduzeća koja posluju u Republici Hrvatskoj.

Smisao projekta je da najbolje studente poveže s uspješnim gospodarskim subjektima i institucijama koje ih potom uključuju u pojedine projekte, otvarajući im time razne mogućnosti, od stjecanja praktičnog znanja pa do eventualnog zapošljavanja u tim tvrtkama.

Ove su godine u projekt pisanja poslovnih slučajeva bili uključeni Ekonomski institut, turistička grupacija adriatica.net, Zagrebačka banka te Coca-Cola HBC Hrvatska. Svaki od prijavljenih studentskih timova odabrao je jednu od tih tvrtki, a svaka od tvrtki proglasila je pobjednika u pisanju poslovnih slučajeva. Tako je mentor projekta Zoran Aralica u ime Ekonomskog instituta dodijelio nagradu od 10 tisuća kuna studentima Peri Ševelju, Mateji Šućur, Ivani Jušić i Tihani Ibrahimpašić, mentorica projekta grupacije adriatica.net Dora Ječmenjak nagradila je sa sedam dana u Tunisu studente Mariju Crnjac, Mateu Medic i Stjepana Mađarevića, a mentor poslovnog slučaja Zagrebačke banke Miroslav Kožul 10 tisuća kuna dodijelio je studentima Vjekoslavu Mesarošu i Jurici Štimcu.

Svojevrsno iznenađenje bio je broj prijavljenih studenata za rješavanje poslovnog slučaja u Coca-Coli HBC Hrvatska na temu kako povećati prodaju sokova i nektara u hiper i supermarketima. Za taj slučaj prijavila su se čak 72 studenta, raspoređena u 24 tima. Oni su pod vodstvom Coca-Coline mentorice Marine Grgec, rukovoditeljice razvoja kategorije proizvoda, tijekom dva mjeseca prolazili stroge selekcije da bi na kraju u finale ušlo 13 studenata, odnosno pet timova toliko dobrih da je o pobjedniku bilo teško odlučiti.

“Nivo njihovih rješenja bio je toliko visok da smo pri biranju pobjednika morali proći kroz tri interna glasovanja, a i onda smo jedva izabrali”, rekao je glavni direktor Coca-Cole HBC Hrvatska

Nikolaos Kalaitzidakis. Čestitao je svim sudionicima, rekavši im da je to što su u Coca-Coli imali priliku čuti od njih bilo "ravno onome što su Coca-Colini stručnjaci mogli donijeti" te izrazio iznenađenje "velikim povjerenjem i tolikom željom za sudjelovanjem u projektu Coca-Cole". Da su im se studenti svidjeli te da su s njima uspostavili neformalni odnos, moglo se vidjeti na samoj dodjeli nagrada, gdje je jedino Coca-Colina ekipa odlučila nagraditi više od jednog tima.

Iako je pobjednički tim dobio financijsku nagradu u iznosu od 10 tisuća kuna, svih pet timova koji su ušli u finale primili su poklon-pakete i posebna priznanja, ali i poziv na dolazak na praksu u sektoru po izboru te na interno druženje Coca-Colinih zaposlenika. Tako su posebno priznanje za inovativnost dobili studenti Luka Šolta, Natalija Bujak i Ana Bobanović iz jednog tima te braća Goran i Nikola Skendžić iz drugog, posebno priznanje za analitički pristup dobili su Miroslav Marković i Tomislav Majstorović, a posebno priznanje za timski rad Lana Staroveški, Martina Lalić, Maša Kuljiš i Petra Ladić.

Glavnu nagradu odnio je ljubavni par Slavica Tomić i Filip Verbanac, zahvaljujući tome što su se ne samo dosjetili povezati nov Nestleov proizvod Fitness žitarice s Coca-Colinim brandom prirodnih sokova Cappy na način da se Nestleove žitarice gratis dijele uz kupljeni Cappy, već su uspjeli dovoljno uvjerljivo svoju ideju prezentirati u Nestleu gdje su na to pristali. O tome kako su došli na tu ideju Filip Verbanac je rekao: "Ideja je bila da povežemo oba proizvoda sa zdravim doručkom i obitelji, a istovremeno da pružimo potrošaču dodanu vrijednost jer tako postaje lojalan, a lojalnost je glavni ključ uspjeha najjačih svjetskih kompanija." Za realizaciju ove ideje zaslužna je Slavica Tomić, koja je kao demonstratorica na katedri za marketing Ekonomskog fakulteta imala priliku prisustvovati predavanju Nestleove stručnjakinje za unapređenje prodaje Valentine Gole.

Tu je priliku iskoristila da joj priđe i izloži njihovu ideju. Kaže da su imali sreće što im se Nestleov pristanak poklopio, priznajući da im u početku nije bilo svejedno kad su shvatili da se pored njih za isti slučaj prijavilo još 70 studenata. "Pogotovo nismo znali što očekivati kad smo išli na prvu prezentaciju, s obzirom na to da je tamo bilo 70 ljudi. No kad smo shvatili da ćemo imati mogućnost razvijati svoje ideje i vidjeti kako one stvarno djeluju, oduševili smo se. Lako je prezentirati stvari u teoriji, što smo radili, ali dok ne znaš kako to

izgleda na terenu, ne možeš procijeniti", objasnili su. Oduševljeni su i idejama svojih kolega, ali i načinom na koji su se prema njima odnosili u Coca-Coli - kao prema kolegama, a ne kao neiskusnim studentima.