

Spoštovane članice in člani,

Vabim vas na **razširjeno sejo upravnega odbora Sekcije mladih managerjev**, ki bo **22. marca 2010 ob 16. uri** v Ljubljani. Naš gostitelj bo **Sandi Češko**, solastnik in predsednik upravnega odbora **Studia Moderna**. Po seji upravnega odbora nam bo **mag. Amadea Dobovišek** predavala **o vodenju strateških sprememb v prodaji**.



Sledil bo pogovor s Sandijem Češkom, srečanje pa bomo zaključili z druženjem.

Za sejo je predviden **naslednji dnevni red**:

1. nova oblika srečanj Združenja Manager in dinamika podelitve priznanja Mladi manager;
2. napoved zaključka mandata predsednice sekcije mladih managerjev in upravnega odbora;
3. razno.

Veselim se srečanja z vami,

Tina Škerlj,  
predsednica



*O nosilki predavanja*

mag. **Amadea Dobovišek** je ustanoviteljica in direktorica svetovalnega podjetja za strateško trženje Publi Una d.o.o. Podiplomsko se je izobraževala v Londonu in na IEDC Poslovni soli Bled. V 10 letih samostojnega delovanja je svetovala številnim vodstvom domačih in tujih podjetij. Zadnja leta sodeluje z vrhunskimi tujimi strokovnjaki in se ukvarja predvsem s preučevanjem prodajne funkcije. V svoji knjigi *Strateško vodenje prodaje*, kakor tudi v številnih predavanjih in člankih, je prva opozorila na kritični pomen, ki ga ima vodenje prodaje na učinkovito uresničevanje trzne strategije. Je članica Združenja Manager in Združenja za management consulting pri GZS, ki ji je leta 2005 podelilo nagrado Feniks za najboljši svetovalni projekt leta (Terme Maribor).



*O gostitelju*

**Sandi Češko**, solastnik in predsednik upravnega odbora Studia Moderna, [preberite si intervju v reviji MQ](#). "Čeprav smo na začetku svoj poslovni model v celoti prevzeli od Američanov, smo izvedbo zastavili povsem drugače. Namesto za centralizirano strukturo smo se odločili za decentralizirano in 'insourcing'. Ko gre za odločitve o tem, kateri izdelki se bodo prodajali, se te pri Američanih sklonejo na sedežu družbe, kar postopek močno upočasni, poleg tega je portfelj prodajnih izdelkov povsod enak, ne glede na posamezne prodajne trge. Pri ameriških družbah je tudi veliko outsourcinga. Njihovo vodilo je, da oddajo zunanjim izvajalcem vse, kar ni njihov osnovni posel, tudi telefonske centre. Tak model je primeren za velik trg, kot je ameriški s 300 milijoni ljudi, se pa ne obnese v vzhodni Evropi, kjer delujemo mi. Tako smo ubrali svojo pot: nadzorovali smo celotno dobaviteljsko verigo in ničesar nismo 'outsourcali'. Poslovanje smo decentralizirali in gradili na močnih lokalnih timih, ki so imeli pooblastila za vodenje podjetja, za oblikovanje portfelja izdelkov, za pogodbe itd." (izvleček intervjuja)

**Lokacija:** Studio Moderna, Litostrojska 52, Ljubljana, 4. nadstropje (belo – rdeča stavba, na strehi je vrteč znak TAX). Nekaj parkirnih mest je na voljo pred poslovno stavbo oz. v neposredni okolici.