

OPINIA

o pracy Agnieszki Czarnockiej

Pani Agnieszka Czarnocka została zatrudniona na stanowisku Dyrektora ds. Marketingu – Członka Zarządu Fabryki Wyrobów Frotowych i Kocowych „ZWOLTEX” S.A. w Zduńskiej Woli z dniem 09 grudnia 1998 r. i pracuje na tym stanowisku do dnia dzisiejszego. Zatrudnienie nastąpiło w wyniku wygrania przez A. Czarnocką konkursu. Przy wyborze kandydatury A. Czarnockiej wzięto pod uwagę przede wszystkim jej wcześniejsze osiągnięcia zawodowe.

Na stanowisku Dyrektora ds. Marketingu A. Czarnocka odpowiada za całość spraw związanych z marketingiem krajowym.

Najważniejsze zadanie A. Czarnockiej polega na stworzeniu pionu marketingowego w Spółce. Do czasu podjęcia przez opiniowaną pracę, służby marketingowe w ZWOLTEX S.A. były faktycznie działem zbytu z czasów gospodarki planowej. A. Czarnocka zaproponowała nową strukturę organizacyjną pionu marketingu, zatwierdzoną następnie przez Zarząd. Uproszczona została także struktura organizacyjna pionu i zmniejszona liczba stanowisk kierowniczych. Utworzono nowe stanowiska czterech kierowników regionalnych sprzedaży i 16 merchandiserów. A. Czarnocka osobiście prowadziła nabór personelu na te stanowiska. W chwili obecnej restrukturyzacja pionu objęła porządkowanie gospodarki magazynowej.

Zmiana organizacji marketingu, a zwłaszcza utworzenie profesjonalnej sieci dystrybucji natychmiast przyniosły rezultaty, w postaci wzrostu sprzedaży. Dzięki temu plan sprzedaży za I kw. 1999 r. (pierwszy kwartał pracy A. Czarnockiej w ZWOLTEX S.A.) został przekroczony, a wynik finansowy Spółki był lepszy od założonego.

Jako Dyrektor ds. Marketingu A. Czarnocka wykazuje pełną umiejętność planowania, budżetowania przedsięwzięć i kontroli budżetowej.

A. Czarnocka osobiście prowadzi politykę personalną w pionie. Zorganizowała system szkoleń, dokonała wymiany kadry i zaproponowała nowy system wynagradzania, uzależniony od wyników sprzedaży. Ze względu na konieczność uzgodnień z organizacjami związkowymi, system ten dotychczas objął tylko merchandiserów.

A. Czarnocka osobiście organizuje większość kontaktów Spółki z mediami; są one na ogół bardzo korzystne dla Spółki. Opiniowana wprowadziła także niezrealizowane wcześniej w Spółce formy promocji: konkursy dla klientów i atrakcyjne graficznie regały firmowe w punktach sprzedaży (obecnie w trakcie realizacji). Nawiązała też kontakty zewnętrzne z projektantami spoza Spółki (m. In. ASP w Łodzi), czego wcześniej nie praktykowano. Bardzo wysoko należy ocenić jej umiętność organizowania ekspozycji targowych oraz sezonowych spotkań z hurtownikami.

Niezależnie od kierowania pionem, A. Czarnocka osobiście negocjowała kontrakty z głównymi klientami: super- i hipermarketami, domami towarowymi,

głównymi hurtownikami. Z reguły potrafiła wynegocjować lepsze warunki cenowe i płatnicze, niż dotychczas uzyskiwała Spółka.

Jako członek Zarządu A. Czarnecka konstruktywnie uczestniczyła w formułowaniu nowej misji Spółki, wieloletniej strategii działania i budżetu na lata 1999 - 2000. Niezależnie od dążenia do optymalizacji wyników firmy, wykazuje zrozumienie dla interesów pionu produkcyjnego załogi. Wobec nieuniknionych w warunkach restrukturyzacji różnic etatów, pełni często rolę mediatora. Z własnej inicjatywy prowadziła też negocjacje ze związkami zawodowymi, jako przedstawiciel Zarządu.

Opinia została wystawiona na wniosek zainteresowanej, w związku ze zmianą na stanowisku Prezesa Zarządu.

