

GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR
SZENT ISTVÁN CAMPUS



SZAKMAI GYAKORLAT BESZÁMOLÓ

Coca-Cola HBC Magyarország Kft.

Készítette:

Bakos Jázmin

IO0BH0

Gazdálkodási és menedzsment FOSZK

Gyakorlat vezető:

Bíró Ferenc

GÖDÖLLŐ

2023

Tartalomjegyzék

1. Összefoglaló.....	3
2. Elemzés	4
3. Termékeink.....	10
4. A Coca - Cola HBC Magyarország Kft.....	11
5. A vállalat honlapja.....	12
6. A marketing service a vállalaton belül.....	13
7. A vállalatnál végzett tevékenység bemutatása.....	15
8. Összegzés.....	20
9. Felhasznált források jegyzéke.....	21

1. Összefoglaló

Elérkezett az ideje a gyakorlati félévemnek az egyetemen.

Volt szerencsém ezen időszakot a Coca-Cola HBC Magyarország Kft.-nél tölteni, azon belül is a Marketing osztályon.

Feladatom a marketing eszközgazdálkodási koordinátor napi munkájának a segítése volt főként, ezt bővebben is kifejtem a későbbiekben.

Jelentésemben írok a vállalat fejlődéséről, tevékenységét tükröző adatokról, illetve egyéb információkról.

2023. februártól kezdődve az utóbbi 15 hét történéseiről fogok részletesen nyilatkozni.

Az első napoktól kezdve, minden eseményről mesélek, amik ezidő alatt zajlottak.

Jó élményekkel teli hónapokat tudhatok magam mögött, boldogan tekintek vissza a életem első gyakornokként megélt munkám emlékére.

2. Elemzés

Coca – Cola – A kezdet

Számtalan üdítőital gyáró cég létezik a világon, viszont van egy, amit mindenki ismer.

Érdekesség, hogy a világ második legismertebb szava a Coca – Cola (A Hello után).

1880-as évek

A vállalatot 1886-ban alapította John S. Pemberton. Az italt a Jacob's patikában árusították először, az első évben átlagosan napi 9 adagot vásároltak meg. Az italhoz kimérve, fix csomagolás nélkül lehetett hozzájutni.

A különleges üdítő nevét Frank Robinson, a vállalat könyvelője adta gondolván, hogy a két C betű jól fog mutatni a hirdetésekben a híres spenceriánus betűtípussal, (a korabeli Egyesült Államokban használt hivatalos írásmód) megrajzolt logóval.

John Pemberton bejegyeztette a „Coca-Cola szirup és kivonat” elnevezést az Egyesült Államok Szabadalmi Hivatalában.

1890-es évek

Asa Candler idővel egyre nagyobb befolyást szerzett a Coca-Cola receptje felett és átvette a szabadalmak kezelését John Pembertontól és társaitól. 1892-ben a teljes vállalat a tulajdonába került, majd a vétel után elfogadtak egy 11.000 dolláros reklámköltségvetés- tervet. Ezt követően kezdődött el a vállalat terjeszkedése. A Colát továbbra is csomagolás nélkül árulták, majd 1896-ban az erre szolgáló csapokat és berendezéseket már hirdetési felületként is használták. Ennek következtében Asa Candler nem látott üzleti hasznót a termék csomagolásából, ezért 1899-ben eladta a palackozási jogokat 1 dollárért Benjamin F. Thomasnak és Joseph B. Whiteheadnek.



1900-as évek

A jogok megvétele követően 1906-ra már több államban is palackozzák a Colát és még ebben az évben megkezdődik az Amerikán kívüli csomagolás is.

Hilda Clark, varieté-csillag az első híresség, aki többféle reklámfelületen is feltűnik, többek között tálcákon, plakátokon, sőt még könyvjelzőkön is.

Az 1899-es szerződés értelmében a második palackozóüzemben, Atlantában is megkezdődik a gyártás.

A hirdetési költségvetés először 1901-ben haladja meg a 100.000 dollárt.

1904 volt az az év, mikor először megjelentek az első Coca-Cola hirdetések az országos magazinokban. A Coca-Cola éves forgalma meghaladja az 1 millió gallont (3.800.000 liter).

Lillian Nordica, neves operaénekesnő a Coca-Cola mellé állt és 1905-ben megjelenik egy országos hirdetésben.

1909-ben kiadták az első Coca-Cola Bottler (Palackozó) magazint, ami több, mint 80 évet élt meg.

1910-es évek

1911, a Coca-Cola Company éves hirdetési költségvetése először haladja meg az 1 millió dollárt.

1913-as adatok: A cég növekedésével 2300 nagykereskedésen keresztül több mint 415 ezer kiskereskedő forgalmazza a Coca-Colát.

Néhány adat a reklámköltségekre: 259 499 dollárt festett fali táblákra, 11 011 dollárt ceruzákra, és 5 411 dollárt szalvétákra fordítanak.

1919-ben megnyitnak az első palackozóüzemek Európában is: Párizsban és Bordeaux-ban.

Ernest Woodruff vezetésével egy befektetői csoport felvásárolja a Coca-Cola Company-t 25 millió dollár összegben.

1920-as évek

1921: A „Szomjúság nem ismer évszakot” szlogen bevezetése elősegíti, hogy ne csak nyári, hanem egész évben élvezhető üdítőitalként gondoljunk a Coca-Colára.

1923: az első hatos karton bevezetése jelentős innováció az üdítőipar számára.

A dobozt a következő évben szabadalmaztatják.

Robert W. Woodruffot választják a Coca-Cola Company elnöki székébe, aki több mint hat évtizeden át fogja vezetni a vállalkozást.

A vállalat 1927-ben elindítja első támogatott rádióműsorát „Vivian, a Coca-Cola Lány” címmel.

1929-ben két jelentős innováció debütál: a harang alakú Coca-Cola üveg pohár és az első, szabványosított nyitott tetejű hűtőberendezés.

1930-as évek

1930-ban létrejön a Coca-Cola Export Corporation a Coca-Cola Egyesült Államokon kívüli forgalmazására, illetve elindul a Coca-Cola rádióműsora, Grantland Rice vezetésével.

A Coca-Colát a karácsonnyal egy platformra helyező reklámkampány ötletét Haddon Sundblom grafikusművész valósítja meg, aki első illusztrációjában úgy ábrázolja a Mikulást, hogy egy kólával fújja ki magát.

A következő három évtizedben, 1931 és 1964 között, Sundblom olyan Mikulás-képeket fest, amelyek megteremtik Szent Miklós modern értelmezését.

1933-ban, a chicagói világkiállításon bemutatták az első automata adagolót, a Dole Mastert.

1934-től Jackie Cooper, Wallace Beery, Maurice Chevalier, Jean Harlow, Maureen O'Sullivan, Johnny Weissmuller és Joan Crawford filmsillagok tűnnek fel a Coca-Cola reklámokban.

1936: 50. születésnapját ünnepli a Coca-Cola. N.C.Wyeth művész készít naptárat erre az évre.

1940-es évek

Utazólaboratóriumok ingáznak az Egyesült Államokban, hogy biztosítsák a palackozó üzemekben a minőségi előírások betartását.

Bemutatkozik az első Coca-Cola papírpohár.

Az amerikai vadászpilótákat ábrázoló plakátsorozat első példányaikat iskolákban, éttermekben és kisboltokban tüntetik fel. További sorozatokat adnak ki 1943-ban, 1944-ben és 1945-ben.

Reklámkampány indul a Sprite Boy karaktert bemutatására azon üzenet közvetítése céljából, hogy a „Coca-Cola” és a „kóla” két kifejezés, melyek ugyanazon termékre utalnak.

A második világháború alatt a vállalat "Végig az autópályán a végtelenbe" .

Brecon Loading Company néven lőszercsomagoló üzemet működtet az alabamai Talladega-ban.

Naponta átlagosan 30 vasúti kocsit lőszert csomagoltak az amerikai hadsereg számára.

Az amerikai kormány kérése, hogy tegyék elérhetővé a Coca-Colát a katonaság számára. Robert Woodruff vállalatot tesz arra nézve, hogy 5 centes áron kólát biztosít a hadseregnek, függetlenül az előállítási költségektől. A háború alatt 64 ideiglenes palackozóüzemet küldenek Ázsiába, Európába és Észak-Afrikába.

Több, mint 5 milliárd palack Coca-Colát osztanak szét.

1945-ben a „Coke” a Coca-Cola Company bejegyzett védjegyévé vált

A híres iparművész, 1947-ben, Raymond Loewy kifejlesztett egy új kóla automata adagolót - a Dole Deluxe-ot.

A mindenki számára ismerős piros fémlemez embléma kezdetben 30 és 122 cm közötti átmérőjű volt. Az embléma későbbi verzióiban már megjelenik a híres kontúrpalack.

1950-es évek

A Coca-Cola volt az első kereskedelmi termék, ami megjelent a Time magazin borítóján.

1955: Bemutatkoznak az első óriáspalackok az Egyesült Államokban. A szabvány 2 dl-es kiszerelés mellett innentől kezdve kapható lesz 3, 3.5, 4.7 és 7.7 dl-es palackban is a cola.

1960-as évek

1960-ban bevezették a 3.5 dl-es fémdobozt, a könnyebb hordozhatóság céljából.

A Coca-Cola Company felvásárolja a Minute Maid Corporation, így a portfólió egész sor gyümölcslével egészül ki.

A televízióban olyan hírességek csatlakoznak a Coca-Cola kampányához, mint Joe Namath labdarúgó, Anne Klein divattervező, Arnold Palmer profi golfozó és a jazz énekesnő, Barbara McNair.

1964: A New York-i Világkiállításon a Coca-Cola Company pavilonjában berendezik a Global Holiday nevű kiállítást, ami hat egzotikus helyszínre kalauzolja a látogatókat. A pavilon a világ legnagyobb harangjátékának is otthont ad, egy 610 harangból álló hangszernek.

1968 volt az az év, amikor bevezették az egyszerűhasználatos, nem visszaváltható kontúrpalackot.

1969: A Coca-Cola új grafikai arculatot kap, mégpedig a ma is közismert piros-fehér logó-és színösszeállítással.

(coca-cola.hu)



1967: Magyarország

Azonban...térjünk vissza a hazánkban való értékesítésre.

A palackozási jogok megvételének köszönhetően adódott rá lehetőség, hogy Magyarországon is elkezdjék palackozni az üdítőket.

Erre a gyártási tevékenységre azonban várni kellett egészen a II. világháború végéig, amikor is a Coca-Cola lett az első olyan amerikai termék, amelyet hazánkban gyártani kezdtek.

A magyar lakosság az üdítő itallal először 1967-ben találkozhatott a Budapesti Nemzetközi Vásáron. Majd az ezt követő évben hivatalosan is megjelenik hazánkban a Coca-Cola. A megjelenéssel párhuzamosan kezdődött meg az országban a szénsavas üdítők gyártása, továbbá a fejlett technológiák bevezetése is a gyártási folyamatokban.

Az 1970-es évek elején a gyártási jogokat számos szeszipari vállalat megkapta hazánkban. Ezt követően a márka alá tartozó számos termék gyártása is elkezdődött, ilyen volt a Fanta narancs és a Sprite is.

A mai gyártási folyamat kialakulása 1991-ben kezdődött meg, amikor az Ausztrál CocaCola Amatil vegyesvállalatot hozott létre, a budapesti Likőripari Vállalattal.

A vegyesvállalat létrehozásának köszönhetően 1996-ban a legmodernebb technikát felhasználó gyárat építettek Dunaharasztiiban, amely felváltotta a vidéki, korszerűtlené vált üzemeket.

„Ezt követően 1998: CocaCola Amatil kettéválik, és az európai érdekeltségeiből

létrejön a nagy-britanniai CocaCola HBC Kft., amely 2000-ben egyesül a görögországi,

Hellenic Bottling nevű független palackozóval.”

Ennek a fúciónak köszönhetően jött létre a mai Coca-Cola HBC Magyarország Kft. Ezt követően nagy fejlesztési programok kezdődtek el, amelynek köszönhetően 2002-re már 2 telephelyen palackozza a vállalat a termékeit, ugyanis ekkor nyílt meg a Zalaszentgróti Ásványvíz Palackozó Üzem. Majd a dunaharaszti gyár megkezdte az export termelést még ebben az évben, amely során mára már több, mint 26 országot lát el termékekkel.

Tíz évvel később átadták Dunaharasztiiban az ország egyik legnagyobb kapacitású üdítőital gyártósorát, majd ezt követően az ország legnagyobb 6500 m² élelmiszer ipari raktárát is. Napjainkra, a sok fejlesztésnek köszönhetően Magyarország egyik legjelentősebb méretű élelmiszer feldolgozó üzemévé alakult ki.

(Coca-Cola HBC Magyarország)

3. Termékeink

A vállalat a gyártási tevékenységek mellett több, mint 90 termék forgalmazásával, értékesítésével is foglalkozik, melybe beletartozik a prémium alkoholos termékek, energia italok és kávék széles termék palettája is.

Ezen felül a vállalat forró italok kiszolgálására alkalmas berendezéseket is működtet, melyek értékesítési és forgalmazási tevékenységét egy nagy marketing szervezettel támogatja meg a vállalat. E szervezet működésébe lehetőségem adódott betekintést nyerni a gyakorlati félévem alatt.

Coca-Cola márkái:

Coca-Cola, Fanta, Sprite, Kinley, Naturaqua, Fuzetea, Smartwater, Cappy, Burn, Monster, Powerade, Bombay, Martini, Jack Daniel's, Finlandia, Rézangyal, Bacardi, Costa illetve Vergnano



4. A Coca - Cola HBC Magyarország Kft.

A Coca-Cola HBC AG a Coca-Cola termékek legnagyobb palackozó vállalata az európai kontinensen, világviszonylatban pedig a globális üdítőital iparág egyik legjelentősebb szereplője.

Vállalatcsoportunk 3 kontinensen, 28 országban 59 gyárral van jelen, több mint 36 000 munkavállalót foglalkoztat és mintegy 615 millió fogyasztót szolgál ki nap mint nap.

A Coca-Cola HBC Magyarország 1996 óta folyamatosan fejleszti gyártási tevékenységét a hazai és a nemzetközi piac igényeinek megfelelően. A vállalat az elmúlt 27 évben több nagy volumenű beruházást is végrehajtott, melyek eredményeként mára 2 gyártóegységgel, és 8 logisztikai elosztóközponttal – köztük Magyarország legnagyobb élelmiszeripari raktárával – rendelkezik, és az ország legnagyobb üdítőitalgyártójaként tekinthetünk rá.

A dunaharaszti gyártóegység fejlesztésének, modernizálásának kiemelt figyelmet szentel a vállalat, hiszen nemcsak a teljes magyar piac, de 17 export ország termékekkel történő ellátása is jórészt innen történik.

A mostani (2023 május) kapacitásbővítő beruházás a második legjelentősebb fejlesztés Dunaharasztiiban a 2007-ben történt második aszeptikus (nem szénsavas termékeket előállító) gyártósor telepítését követően, melynek értéke elérte a 27 millió eurót (~10,2 milliárd forintot).

Összesen mintegy 23 millió euró (~8,7 milliárd forint) értékben fejleszti gyártási, illetve logisztikai kapacitásait az ország legnagyobb üdítőitalgyártó vállalata.

A Coca-Cola HBC Magyarország az év végéig egy új gyártócsarnokkal bővíti dunaharaszti központját, amelyben egy nagy teljesítményű, modern gyártósort telepít a cég, a megnövekedett termelési kapacitás támogatására pedig fejlesztéseket hajt végre a rakodási, raktározási teljesítményének növelésére.

A beruházásoknak köszönhetően a vállalat bizonyítja elköteleződését a magyar piac iránt és egy újabb jelentős lépést tesz afelé, hogy a dunaharaszti üzem a Coca-Cola HBC Csoport közép-európai gyártóbázisává válhasson.

(coca-colahellenic.com)

5. A vállalat honlapja

Fontos kitérni a weboldal elemzése előtt arra, hogy az általam elemezni kívánt oldal csak az egyike a Colas weboldalainak, amely magyar nyelven megtalálható. Ennek oka, hogy maga a márka alapító vállalat a The Coca-Cola company is rendelkezik egy magyar nyelvű oldallal, amelyen első sorban a márka történetével és a vállalathoz tartozó brandekkel foglalkozik.

Az én szempontomból a legfontosabb a Coca-Cola Hellenic Bottling Company Magyarország tulajdonában álló weboldal.

Ha rátekintünk a vállalat honlapjára, egyből a mindenki számára ismert letisztult arculati elemekkel találkozhatunk, amelyből egyből nyilvánvalóvá válik számunkra, hogy a Coca-Cola egyik oldalán járunk. Az ide látogató érdeklődők a fő oldallal találkoznak először, ahol első sorban magáról a vállalatról kapnak információkat, köztük arról, amelyet már korábban kifejtettem, hogy a Coca-Cola HBC Magyarország, a külföldi székhelyű HBC csoport tagja.

A főoldalon fokozatosan lejjebb haladva, a vállalat életének szempontjából fontos hírekkel találkozhat az olvasó. Ezeket a híreket átböngészve elsősorban a vállalat által elért eredményekkel ismerkedhetnek meg a látogatók, továbbá a vállalat által elért környezetvédelmi teljesítményekkel kapcsolatban is nagymennyiségű információ található itt meg.

Utóbbi azért is fontos a vállalat számára, mert üdítőitalgyártó és palackozó nagyhatalomként nagy felelősség hárul rá, mind a jövőbeni természeti károk megakadályozásában, mind a már kialakult károk helyreállításában is.

Úgy gondolom, hogy megelőzés tekintetében a weboldal is nagy szerepet tölt be abban a tekintetben, hogy az itt megjelent egy-egy cikk edukációs tartalommal is bír, amely egy nagyon fontos lépés a későbbi károk megelőzésének tekintetében.

6. A marketing service a vállalatban belül

A marketing osztály, a szervezeti felépítésben belül az ügyvezető alatti második szinten helyezkedik el. A felette lévő szinten olyan létfontosságú osztályok találhatóak, mint a pénzügy, személyügy és az értékesítés.

A marketing osztály szintjén helyezkednek el továbbá olyan fontos csapatok, mint a fenttarthatóságért felelős osztály, Kávék és prémium alkoholok portfólióért felelős csoport.

Ha a marketing osztály szerkezeti felépítését kezdjük el vizsgálni, akkor a marketing üzemeltetési vezető alatt, négy különböző funkciójú csapatot különíthetünk el.

Az első ilyen szegmens, amelyről, érdemes szót ejteni, az a Commercialization csapat. Ez a csapat, elsősorban az új termékek és termék típusok bevezetése körüli folyamatokért felelős. Kapcsolatot tartanak a globális Coca-Cola companyval, a Gyártás tervező csapattal és magával a gyártással is.

Segítséget nyújtanak a csapatok közötti információ áramlásban, továbbá felméri a lehetséges

fejlesztési igényeket egy új gyártási folyamat előtt. A csapat szoros együttműködésben végzi

a tevékenységét a Marketing osztályon belül található - Vásárlói azaz Shopper csapattal. A

Shopper csapatban találhatóak meg, a különböző márkákért felelős dolgozók, akiknek a

feladata a company által meghatározott globális kommunikációknak a lokalizálása hazánkra.

Az előbb említett tevékenység mellett, ők felelősek a bolti marketing megjelenésekért is, ezen

tevékenységet is szorosan az Atlantai alapító vállalattal közösen kell koordinálniuk, hiszen a

többi bolton kívüli ATL kommunikációt a Coca-Cola company végzi. Az alapító vállalat

mellett szoros együttműködésben állnak a marketing osztály harmadik csoportjával, a

Csatorna csapattal is.

Ennek oka, hogy a Shopper csapat által lokalizált kommunikációs igényeket a Csatorna

csapatnak továbbítja, akik ezután meghatározzák, hogy pontosan milyen formában is kell

ezeket a fogyasztók felé továbbítani. Itt kerülnek meghatározásra, hogy egyes márkákhoz

pontosan milyen marketing eszközök készüljenek el a későbbiekben: például poszterek,

woberek matricák és egyebek. Ezt követően, miután az eszköz igény meghatározásra került,

ismét visszaküldik a Shopper csapat felé ezt, akik megrendelik a különböző marketing

anyagokhoz-eszközökhöz a grafikai munkákat. Az előbb említett folyamatot követően, az

eszkögyártásának az igényét a Marketing osztály negyedik csapatán az Instore- és rendezvény aktivációs csoporton belül elhelyezkedő Marketing service csapatnak továbbítják, amelynek én is a tagja vagyok. Ezt követően, a csapat vezetője az eszköz rendelési igényeket a termék típus alapján a megfelelő dolgozóknak leosztja. Itt szót kell ejteni arról, hogy az eszköz típusa alapján két fajta rendelési módszert különböztetünk meg. Az üvegárukat és a napernyőket, bizonyos displayeket, melyeket a marketing service dolgozói egyedileg rendelnek meg. Az általános papír eszközök és egyébek rendelését, a vállalat által leszerződött külső közvetítő partnernek kell továbbítani. A rendelés beérkezése után, a már korábban említett Csatorna csapat elkészít egy leosztást, amelyben pontosan meghatározza, hogy az országban elhelyezkedő régiók közül, melyiknek milyen mennyiségű áru áll rendelkezésére. Ezt követően, a már heti összefoglaló naplómiban is ismertetett folyamaton keresztül szállításra kerülnek az eszközök, a különböző deponációs területekre. A fő munkafolyamatról vissza térve a szervezeti felépítésre elmondható, hogy már a korábban említett Marketing service csapat mellett az Instore- és rendezvény aktivációs csoportban található további három csapat. Az egyik ilyen, az Élmény marketing csapata, amely a vállalat által tervezett események szervezéséért felelős. Az előbb említett csapat mellett találhatóak a már korábban bemutatott csapatok, a Marketing raktár és a POP shop vagyis a Colán belül elhelyezkedő Nyomda csapata.

7. A vállalatnál végzett tevékenység bemutatása

1. hét (02.21-02.24)

2023. februára 21.-én, kedden volt az első napom. Nagyon izgultam, azelőtt sohasem dolgoztam még irodában.

Reggel 2 óra utazás után, sikeresen megérkeztem Gödöllőről Dunaharasztra.

Egy ismerős arccal találkoztam, az ő gyakornoki posztját vettem át, még az interjúmon (január végén) találkoztunk. A többiek mind ismeretlenek voltak.

Megismertem az egyik vezetőmet, akinek mai napig a gyakornoka vagyok.

Ezt követően a munkatársaimmal és a marketing osztály felépítésével kezdtem megismerkedni.

Az első napomon létrehoztuk a felhasználómat, nagyrészt erről szólt a munkaidő. Megkaptam a munkavégzéshez szükséges eszközeimet: egy Lenovo laptop, illetve Samsung okostelefon.

Kaptam hozzáférést egyes részekhez az SAP rendszeren belül.

Munka alatt Teamsen kommunikálunk, üzenetben és meetingek során. Az E-maileket Teamsen keresztül, annak segítségével osztjuk meg egymással.

Én főként a Marketingraktárral levelezek. Feladatom az összes marketingeszköz a partnerekhez való eljuttatásához szükséges „foglalás” létrehozása, a raktárosok feladatát segítve ezzel. Leosztásokat készítek, amikor egy adott marketingeszközt egyidejűleg szállítunk az ország minden részére a partnereknek.

Kiírásokat készítek, főként az egyedi kérések érdekében. Ezt még bővebben kifejtem a hetek leírása során.

2. hét (02.27-03.03)

A második hét elején folytattam az ismerkedést a további munka folyamataimmal, miközben elkezdtem elsajátítani a vállalaton belül használt kifejezéseket és szakszavakat, továbbá kezdtem megismerkedni az országot behálózó 8 deponációs területhez tartozó kódrendszerrel.

Ehhez mindvégig teljes támogatást kaptam a közvetlen kollegámtól, aki segítette a betanulásom folyamatát.

Ezen a héten lehetőségem nyílt az Excel programban eddig számomra ismeretlen technikákkal megismerkedni, amelyek a későbbi munkafolyamataimhoz szükségessé váltak.

3. hét (03.06-03.10)

Ebben az időszakban már közelebbről is megismerhettem a folyamatokat. Lehetőségem volt elvégezni egy-egy feladat részt nekem is önállóan.

A fent említett folyamat a következőképpen zajlik le: A területen dolgozó képviselők, akiknek az egyik feladata, hogy a már meglévő, továbbá a jövőbeni partnereknek biztosítsák a marketing eszközöket például, displayeket, posztereket, matricákat, bár eszközöket stb., az igények felmérése után ezeket továbbítják segítő kollegámnak és nekem.

Ezek az igények emailben érkeznek meg. Ezt követően elkezdjük a rendeléseknek a feldolgozását, amelynek során ellenőrizzük a raktár készleteket továbbá, hogy az adott régióba tartozó területi képviselő részére pontosan mennyi eszköz is kerülhet kiadásra.

Ezek után elkészítjük a marketing eszköz kiírókat az SAP programban, majd az elkészült marketing eszköz kiírókat a megfelelő deponációs területre továbbítjuk, annak érdekében, hogy a különböző eszközök kommissiózásra kerüljenek.

Ezután van lehetőség az eszközöknek a kiszállításra a különböző boltokba, vendéglátóipari egységekbe.

4. hét (03.13-03.17)

Ezen a héten betekintést nyerhettem a mellettem dolgozó kollégák pontos munkájába. Konzultáltam a kolleginával, aki az eszközök megrendelésével foglalkozik, illetve idegennyelven kommunikál a külföldi partnerekkel.

Természetesen kiírásokat és leosztásokat is egyaránt készítettem, mint minden héten.

5. hét (03.20-03.24)

Az 5. héten, illetve annak a végén egészen rendhagyó nap volt. Irodatarítás volt a program, pizzázással és beszélgetéssel egybekötve. Itt is megismerkedtem pár kollégával. Erre az eseményre készítettem kókuszgolyót, nagy sikere volt. 😊

6. hét (03.27-03.31)

Hét elején továbbra is az eddigi feladataimmal foglalkoztam. A hét utolsó napján lehetőségem volt részt venni az első Monster MIT-mon.

Röviden annyit takar egy MIT, hogy egy képviselővel együtt a saját területein elhelyezkedő üzleteket meglátogatjuk.

Displayeket, Hűtőmatricákat helyezünk el. Pöbbyre rendszerezés és pakolás.

Ezen a napon egy nagyon kedves kollégámat ismerhettem meg, akivel csak úgy elrepült az idő. Sok érdekességet osztott meg az ő munkájával kapcsolatban.

7. hét (04.03-04.06)

Ezen a héten rengeteg leosztást készítettem, nem unatkoztam egy percet sem. Eszközkiadások is akadtak, az egyedi megrendelésekkel.

8. hét (04.11-04.14)

Egyre inkább kezdtem érezni, hogy beilleszkedtem a csapatba. Szinte mindenkivel megtaláltam a közös hangot. Nagyon segítőkész a csapat, boldogan tartozom közéjük. Bátran, bizalommal keresem őket ha bármi kérdésem akad.

9. hét (04.17-04.21)

HomeOffice- az elején persze személyesen tanultam meg kezelni a programokat, mikor ez már sikeresen ment, hétfőnként, illetve péntekenként otthonról is tudtam dolgozni. Ez nagy segítség nekem az utazással kapcsolatban. Sajnos nicsen közel Gödöllő és Dunaharaszti.

Persze a többi napon az irodában tevékenykedtem.

10. hét (04.24-04.28)

Hétfő és péntek HomeOffice, a hét közepén pedig személyesen konzultáltunk, ha bármi kérdésem akadt.

11. hét (05.02-05.05)

Szokásos kiírás, leosztás készítés. Ezen a héten is volt konzultációm, a channel csapattal ismerkedhettem meg bővebben.

12.hét (05.08-05.12)

Részt vettem az első konferenciámon Tihanyban. Óriási élmény volt, még a rossz idő sem szegte kedvünket. Játékos quizekben vehettem részt, illetve este koncerten is volt a Coca-Cola HBC csapat.

13. hét (05.15-05.19)

Rengeteg volt a munka, a közeledő leltár előtt állva. Mindenkinek szüksége volt marketingeszközökre.

14. hét (05.22-05.26)

Ezen a héten az előző heti munkavégzésektől eltérően lehetőséget biztosított a vezetőm arra, hogy széles betekintést nyerjek a marketing raktár munkájába.

E héten tartották a raktár esedékes leltárját, amelyben én is részt vettem, független számológént.

A feladatom az volt, hogy ellenőrizsem a termékek számolása során, hogy minden szabályszerűen történik e, továbbá segédkeztem az eszközök megszámlálásában is.

Az alábbi munkafolyamat rávezetett arra, hogy az eddig elméletben megszerzett eszközismeretemhez hozzá kapcsoljam fizikailag is a termékeket.

15. hét (06.30-07.02)

Beköszöntött a nyár, elő a teraszbútorokkal! Ez újdonság volt számomra, azok intézése kicsit eltérően működik a számomra eddig megszokottól. A héten az ezzel kapcsolatos intézkedések folyamatát tanulmányozhattam.

8. Összegzés

Összeségében elmondható, hogy a vállalatnál eltöltött gyakorlati időm hasznosan telt el. Ezidő alatt pontosan megismerhettem a csapatunka lényegét és kamatoztathattam az egyetemen tanult tudásomat.

Megfigyelhettem, hogy hogyan mennek végbe a munkafolyamatok, valamint gyakorlati betekintést nyerhetem a marketing service munkájába. Ezáltal pontos képet kaptam a marketing kommunikációnak a gyakorlati - végrehajtási oldaláról is.

Egyelőre februárban egy éves szerződést kötöttünk a céggel, utána kiderül, merre sodor az élet.

Mindenesetre el tudnám képzelni a továbbiakban is magamat ezen a munkahelyen.

9. Felhasznált források jegyzéke

-coca-cola.hu

- coca-colahellenic.com

