

## Jedan radni dan Snježane Bertoncelj

- 8.30 - 9 h: pregled tiska i organizacija radnog vremena za taj dan
- 9 - 10 h: kolegij
- 10 - 11 h: pregledavanje elektroničke pošte i odgovaranje, potpisivanje dokumenata
- 11 - 11.30 h: tjedni sastanak s najbližim suradnicima
- 11.30 - 12.30 h: čitanje poslovne dokumentacije
- 12.30 - 13.30 h: poslovni ručak
- 13.30 - 16.30 h: sastanci i poslovni dogovori
- 16.30 - 17.30 h: rješavanje ostale dokumentacije

rodno, ali zaposlenici sada znaju da su im otvorena vrata i da se mogu obratiti nadređenome - objašnjava Bertoncelj. Dok nam govori kako joj je jako važno da zaposlenici dolaze na posao vedri i s osmijehom na licu i da s njega odlaze neopterećeni kako bi se u svoje slobodno vrijeme mogli posvetiti obitelji i hobiju, Snježana doista ostavlja dojam da vjeruje u to što priča.

- Cilj mi je da u tvrtki ljudi budu motivirani i da mogu posao odraditi u vremenu od devet do pet, a zatim se posvetiti drugim stvarima koje su im važne u životu. U suprotnom nema ravnoteže i ljudi na poslu vrlo brzo izgore, a ne želim frustrirane zaposlenike, već ljude u koje mogu dugoročno investirati i koji će isto tako na neki način tu investiciju vraćati dugo godina - objašnjava svoj pristup zaposlenicima.

### Posao i ljeti mora neometano teći

Kad je riječ o organizaciji poslovanja u ljetnim mjesecima, kao i u većini hrvatskih tvrtki, pogotovo u kolovozu, vlada poslovno zatišje.

- Organiziramo se tako da u svakom trenutku svaki dio poslovanja bude pokriven, odnosno da posao može funkcionirati bez zastoja - navodi Snježana Bertoncelj.

Od svojih zaposlenika očekuje odgovornost i samostalnost u rješavanju zadataka, uz redovito izvještavanje. Posebno je to važno kada se uvode novi proizvodi.

- Prva i osnovna stvar jest ideja koja dolazi iz prodaje i marketinga, a timski se odlučuje o tome je li dobra ili nije. Ako je dobra, treba razraditi priču, odrediti ciljnu skupinu, utvrditi kakav će biti proizvod i koje će mu biti glavne komponente. Jednom kad imamo sliku što i komu prodajemo, idemo dalje u detalje. Taj proces traje nekoliko mjeseci, a kad se razrade svi detalji, radi se na razvoju informatičke podrške. Normalno razdoblje za plasiranje nekog proizvoda traje od devet do dvanaest mjeseci, ističe predsjednica Uprave Erste osiguranja kojoj je prodaja životnih osiguranja uža specijalnost iako više nije operativno uključena u taj proces. ❧