

## Lucija Josipović: "Najljepše je činiti dobro!"

*Lucija Josipović, Avonova voditeljica oglašavanja i odnosa s javnošću za Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu te Sloveniju, nedavno je bila nominirana za Hrvatsku dobrotvorku 2011. godine. I doista, kada se pogleda niz humanitarnih akcija koje je Lucija pokrenula u sklopu Avonovih aktivnosti tijekom prošle godine, to je logična nominacija. Majka dvoje djece, ambiciozna poslovna žena i vrhunska profesionalka, Lucija je u svakom smislu prava inspiracija – kao žena i kao biznismenka*

### **Nedavno ste bili nominirani za Hrvatsku dobrotvorku 2011. Koje ste sve humanitarne akcije pokrenuli prošle godine pod okriljem Avona?**

-Pozicija na kojoj jesam, već mi godinama omogućava vođenje društveno odgovornog programa kompanije te sam uistinu ponosna i sretna što mogu raditi na ovom području humanitarnog djelovanja koje čini važnu okosnicu u Avonovim principima i vrijednostima. Kao kompanija za žene, predani smo baš onim programima koji su danas ženama vrlo važni: borba protiv raka dojke i borba protiv nasilja nad ženama. U Hrvatskoj svake godine oko 1.000 žena oboli od raka dojke, a svaka četvrta žena žrtva je nasilja u obitelji. Avon sredstva za rješavanje ovih pitanja prikuplja prodajom posebnih proizvoda putem svojih kataloga, a potom ih koristimo u lokalnoj zajednici. Tako smo u Hrvatskoj od 2006. godine, kad smo započeli s ovim kampanjama, prikupili više od dva milijuna kuna. U tom smo razdoblju pokrenuli stvarno važne inicijative: od podizanja svijesti o važnosti samopregleda dojki, tri izdanja akcije „Moja prva mamografija“ (koja je omogućila besplatne mamografske preglede u cijeloj državi za više od 1.800 žena), do „AVON Šetnje za život“ koja je pozivala sve žene i njihove obitelji da kažu „IDEM“ te misle i nađu vremena za svoje zdravlje.

### **Kolika je konkretna korist od takvih akcija - za Avon kao brand, za žene same i za udruge kojima pomaže?**

-Avon društveno odgovorno poslovanje nosi u srcu svojih načela – svjesni smo da, kao kompanija koja živi od prodaje svojih proizvoda prvenstveno ženama, imamo obvezu vratiti im dobrotom. Prva smo kompanija u svijetu koja je svoj filantropski fond odvojila od korporacije stvaranjem Avonove Zaklade za žene, koja je danas najveći svjetski projekt društvene odgovornosti tvrtke posvećen dobrobiti žena. Prisutna su stajališta prema kojima su ovakve akcije dobre za imidž branda, ali trend je i da DOP

postaje sastavnim dijelom gotovo svih obuhvatnih komunikacijskih strategija i godišnjih planova. No, smatram da je bitno da su takve vrijednosti i nastojanja usađeni u samu srž kompanije, u njene krovne ciljeve – samo u tom slučaju postoji korist i za brand i za zajednicu u kojoj kompanija djeluje. Osim izvan kompanije, važno je i da su Avonovi zaposlenici ponosni što rade u kompaniji koja čini dobro – kao što sam i sama ponosna.

### **Na koju ste akciju najponosniji?**

-Najponosnija sam na akciju koju smo odradili stvarno brzo i prema potrebi, u okviru Avonove borbe protiv nasilja nad ženama. Čim je do mene došla informacija da je Autonomna ženska kuća Zagreb u teškoj financijskoj situaciji i prijeti im zatvaranje, organizirali smo se stvarno brzo i odmah krenuli s pomoći. Osmislili smo kampanju pod nazivom „Oni ih nazivaju raznim imenima, vi nazovite 060 broj“ i, zajedno sa ženama koje vode AŽKZ, kreativnom agencijom ZOO i agencijom za odnose s javnošću Media Val koji su iznimno pomogle s organizacijom kampanje, vizualima i medijskom podrškom. Odradili smo stvarno dobru stvar i u nešto manje od tri mjeseca kampanje i s donacijom Avona, prikupili oko 100.000 kuna te tako uistinu omogućili nastavak rada skloništa. Ljepota humanitarnog rada je u zajedništvu. Kad se sjetim kako smo svi zajedno „upregnuli“, kako smo puni entuzijazma osmišljavali kampanju, s ciljem da stvarno povuče svakog čovjeka da nazove broj, da čuje da se i to događa, da stvarno oko nas žive žene koje trebaju naš glas, našu pomoć... Moram zahvaliti i medijima koji su nas iznimno podržali, stvarno je lijepo kad svi imamo dobar cilj i zajedno idemo u dobrom pravcu.

### **Kako je tekao vaš osobni profesionalni put?**

-Srednju sam školu morala završiti izvan svog rodnog mjesta, Vinkovaca, jer se u Slavoniji uslijed rata život pretvorio u provođenje vremena u podrumu. Kako nisam imala kamo otići, a roditelji mi nisu dopustili da sjedim u podrumu s njima koliko god ja to tada željela, otputovala sam u Kanadu. Tamo sam kod jedne hrvatske obitelji bila dok rat nije završio. I kad sam se vratila, bilo je vrijeme za fakultet, a ja nisam imala završen pravi 4. razred srednje škole, bilo je teško polagati bilo koji prijemni. Vjerujem da u drugom slučaju ne bih nikad došla baš do Grafičkog fakulteta, no danas sam uistinu zahvalna što je upravo taj fakultet bio jedan od rijetkih s drugim upisnim rokom. Kao grafička dizajnerica radila sam u nekoliko zagrebačkih tvrtki, kako bih naposljetku došla u Avon. Tada smo radili svoje materijale sami, lokalno, i trebao je par dizajnerskih ruku da sve to organizira i odradi pa sam vodila grafički odjel unutar marketinga. Kako smo međunarodna kompanija, globalizacija je ostavila traga i u našem poslovanju i tako sam se prebacila u marketing u čemu sam iznimno uživala. Kad je došlo vrijeme za promjenu, mjesto voditeljice odnosa s javnošću zvučalo je savršeno; kao netko tko je već dugo u kompaniji i ima uvid u sve aspekte poslovanja

bila sam savršena za to mjesto. I s radošću sam ga prihvatila. A s velikom ga radošću radim i danas.

### **Zašto Avon inzistira na specifičnoj prodaji putem sustava Avon Ladies?**

-Avon je najveća kompanija direktne prodaje kozmetike u svijetu pa tako i kod nas. Biti i ostati najveći, naš je cilj od osnutka, a postojan je sada evo već 126 godina. Od samog početka naš osnivač David McConnell zamislio je kompaniju upravo na taj način – jer se direktan, osoban kontakt nikada neće moći mjeriti s retail kupnjom. Avon Ladies stup su Avona. Često ističemo da smo kompanija za žene, jer jesmo: svakoj ženi nudimo mogućnost financijske neovisnosti, svaka žena može kupovati i koristiti naše proizvode, iznimnu kvalitetu nudimo po povoljnoj cijeni, a tu su i različite motivacije, nagradne igre, druženja... Sve to nam omogućava baš taj direktan način prodaje – tako smo posebni, tako dolazimo u dom svake žene, tako imamo zadovoljne i lojalne korisnike.

### **Kako Avon „pliva“ u ova recesijska vremena, na lokalnoj i globalnoj razini?**

- Svaka kriza je test da vidite koliko su jaki vaš poslovni modeli, fundamentalne poslovne vrijednosti i iznad svega, koliko je jako vodstvo kompanije. U Avonu smo ponosni na našu povijest dugu 126 godina iz koje možemo učiti. Stvarno smo pogledali duboko u sebe, s mnogo poniznosti, kako bismo razumjeli jesmo li sposobni suočiti se s ovakvim problemom. I sa zadovoljstvom možemo reći da smo uspjeli. Tržišta srednje i istočne Europa prošla su nekoliko ciklusa rasta u zadnjih 20 godina i bilježe porast kada govorimo o svijesti o brandu i potrošačkoj kulturi. Raspoloživi dohodak potrošača također je porastao. Kad je došla kriza, raspoloživ dohodak postao manji, a kad su potrošači počeli sami sebe pitati teška pitanja, Avon je postao još bolje rješenje nego prije jer pruža jedan od najboljih omjera vrijednosti i kvalitete na tržištu.

### **S obzirom da imate dvoje djece, kako balansirate između poslovnih obveza i obitelji, slobodnog vremena?**

-Imam Marka (12) i Klaru (5), najdivniju djecu na svijetu! Tu sam kratka i jasna: obitelj na prvom mjestu. Od trenutka kad sam se odlučila za osnivanje obitelji jasno sam si to rekla, i tu nema odmicanja. Djeca su najveća radost, s njima nema loših trenutaka, sam pogled na taj osmijeh, na tu pametnu glavicu.... i sve ste zaboravili. Jedino se i vi možete nasmiješiti. Imam i predivnog muža koji razumije svaku poslovnu i privatnu potrebu, s kojim se dogovaram oko svega, koji često ostane sam s djecom dok ja putujem po svijetu, na kojem sam zahvalna dragom Bogu i nikada ne bih ništa mogla bez njega. Sada kada su djeca veća, uspijemo pronaći i slobodnog vremena koje najčešće provedemo u kazalištu ili pred dobrom knjigom. Najviše volim otići s prijateljicama u kino, filmovi i dobre serije su moja strast. Kad si posložimo prioritete, imamo jasne ciljeve i planove te tome dodamo pomoć bližnjih onda se može. Zahvalna sam na svakom novom danu, trenutku s obitelji ispunjenima osmijehom, plesom, igrom, ali i na svakom satu uz dobru knjigu pa i dobrom popodnevnom snu

vikendom.

**Što vam je najveći izazov u poslu?**

-Volim svoj posao jer stalno donosi nešto novo. Uvijek je zanimljivo, dolazim u kontakt s puno različitih ljudi, a volim razgovarati i družiti se. To mi je ujedno i najveći izazov - uvijek biti spremna na komunikaciju, s pozitivnim stavom. Ali kako sam inače pozitivna osoba, ipak u tome svakodnevno uspijevam.

**Što biste savjetovali mladim ženama koje su na početku karijere i ulaze u profesiju u kojoj ste vi sada - marketing i odnosi s javnošću?**

-Ne znam što točno mlade žene misle da PR jest, ali nekako imam dojam da ovo područje vežu uz glamur i svijet poznatih. Ako je tako, moram im reći da je to daleko od istine, da je to težak posao kao i svaki drugi, koji treba raditi (stvarno puno raditi), svakodnevno učiti i biti spreman na stalne i brze promjene. Iza dobrog PR-a leži puno posla, priprema, planova, stalnog praćenja medija i tržišta, a sama komunikacija samo je šlag na svemu tome. Zato bih im rekla da svaki posao u životu kojim se žele baviti shvate ozbiljno, da moraju učiti i biti spremni na rad, a pri tome ne zaboraviti i činiti dobro, i samo tako će uspjeti.