

ZAPISNIK KOLEGIJA Z DNE 13.3.2023 ob 9.00 uri

Prisotni: Rihard Resnik, Aleksandra Resnik, Maja Zupančič, Miha Gajič, Borut Juršak, Blaž Somrak, Nik Štaudohar, Nejc Kobe, Matic Šmarčan, Aleš Kastelec, Katja Povž, Leon Papež in Nina Štampohar

Odsotni: Uroš Gimpelj, Tilen Mesojedec in Aleš Korbič

Rik, je uvodoma pojasnil, da je **namen kolegija informiranje o določenih novostih podjetju**, katere je že napovedal.

1. Marketinške strategije v podjetju

Kjub uspešnosti v lanskem letu, je bilo stanje pri obvladovanju projektov na meji vzdržljivosti in hektično.

V izogib ponovitvam, se bodo sprejeli določeni ukrepi, kot so **večji dogodki in privabljanje kvalitetnejših strank, saj bi to pomenilo manjše obremenitve.**

Vzpostaviti ***lastni marketing in svoj brand.***

Cilj marketinške strategije, je zavedanje, da smo prisotni, **da se nas prepozna.** Ob 30 letnici podjetja se je pripravil nov logo, v juniju pa se planira tudi dogodek.

S tem namenom, smo se dogovorili za sodelovanje z Nino Štampohar, katera ima dolgoletne izkušnje na področju komuniciranja. Njena skrb bodo socialna omrežja in odnosi z javnostmi.

V mesecu marcu imamo letos manj gneče, zato se bo prva marketinška faza odvila sedaj.

Kjub vsemu ne smemo zanemariti dolgoletnih naročnikov.

2. Program Enigma3x

Pričeli smo z novim internim programom **Enigma3x**. Namen programa je beleženje dogodkov in analitika. Beleženje je potrebno za pripravo **potnih nalogov, plač in kalkulacij**.

Rik: “ V pogajalskih pozicijah moramo poznati analitiko in porabljen čas po posameznem projektu. Pri projektu Adria Mobil d.o.o., imamo najslabšo analitiko. Poleg tega se bomo v l. 24 z Adrio pogajali glede nove pogodbe.”

Povzetek – podatke o porabljenem času, za posamezen projekt, je potrebno vnašati.

V splošni debati vezano na program je bilo določeno da;

- se za posamezne skupine organizira krajše sestanke za konkretna vprašanja in uskladitve (pisanje ur iz terena, čakanje itd.),
- ima vsaka software oprema določene pomanjkljivosti, vendar je živa stvar, katero lahko prilagajamo/dopolnjujemo,
- zadeve ne bomo preveč birokratizirali, potrebno bo le razumeti, da je za analitiko potrebna statistika,
- pravilniki ne delujejo vedno in da se je potrebno o posameznih vprašanjih/ pomislekih/predlogih, pogovoriti,
- bo v programu možnost vnašanja opomnikov, kamor bo vsak lahko vpisal komentar,
- je vpisovanje malic pomembno.

Saša je zaprosila, da se v času trajanja sejmov in čakanja, goriva ne toči na črpalkah, preveč oddaljenih od sejmišč. Namreč, v času trajanja dogodkov, potemtakem ne more upravičiti dnevnic, ki so vezane na opravljene ure.

Borut je pozval k ponovni vzpostavitvi poročil s terena ter da je potrebno določiti terminske cilje. Opomnil je, da smo se za omenjeni program dogovorili že v decembru.

Vsebinski del vpisa se lahko združi s poročili iz poti. **Leon** bo pripravil obrazec.

3. Prepoznavnost podjetja in socialna omrežja

Nina je ob PowerPoint prezentaciji predstavila strategije za povečanje prepoznavnosti ter **princip delovanja socialnih omrežij; LinkedIn, Facebook in Instagram. Vse prisotne je pozvala, k deljenju in všečkanju objav, saj se na ta način naše objave potiska naprej, in podjetje v večjo prepoznavnost.**

Pripravile se bodo vsebine, videi na Youtube kanalih, fotografije in **zaposlitveni oglasi.**

Ob 30.letnici delovanja podjetja, se bo pripravil dogodek, kateri se bo medijsko obležil.

V podjetju bo potrebno pripraviti tudi promocijski material (majice, svinčniki...) ter vizitke.

V prilogi priložena PPT predstavitev o družbenih omrežjih.

Zapisnik se je zaključil ob 10:40 uri.

Zapisala:

Maja Zupančič

Kolegij vodil:

Rihard Resnik