

**OBRAZLOŽITEV KOMISIJE O IZBORU TREH NOMINIRANCEV ZA NASLOV
MARKETINŠKI DIREKTOR LETA 2014**

Luka Grilc, direktor blagovne znamke in produktov, Elan d.o.o.

Skupina Elan d. o. o. je vodilni proizvajalec in ponudnik izdelkov za športno in aktivno preživljanje časa, ki je na tržišču prisotna že skoraj 70 let. Luka Grilc se je podjetju pridružil leta 2000 kot asistent v marketingu, od koder je svojo pot kmalu nadaljeval kot produktni vodja za smuči, zadnja tri leta pa vodi oddelke marketinga, produktnega vodenja, oblikovanja, razvoja in tekmovalne službe ter skrbi za vodenje strategije skupine Elan in njeno izvajanje. Že kot produktni vodja je bil nosilec celostnega (tehničnega in marketinškega) pristopa k inovacijam in je ves čas vpet med kupcem in tehniko, med željami in realnostjo. Kot direktor blagovne znamke in produktov usmerja poslovno filozofijo h kupcu. Luka Grilc pri svojem delovanju pokriva trge Evrope, Severne Amerike in Azije, na katerih je Elan prisoten. V skladu s cilji uprave vodi, organizira in strokovno nadzira službe produktnega vodenja, marketinga, tekmovalne službe in razvoja, hkrati pa koordinira prenos zahtev trga v razvoj in proizvodnjo ter sodeluje pri vpeljavi tehnologije v proizvodnjo, med katerimi gre izpostaviti Waveflex in Amphibio, pri katerih je soavtor in nosilec patentov.

Inovativna marketinška strategija je podjetju v zadnjih treh letih poleg rasti prinesla več kot 30 mednarodnih nagrad in priznanj, največ za Amphibio smuči, in sicer zlata priznanja Gospodarske zbornice Slovenije, FVA nagrado, Srebrnega Delfina na festivalu v Cannesu in 5 red dot nagrad za oblikovanje. V letu 2013 je družba prejela tudi nagrado za najboljšo marketinško akcijo v Sloveniji - Elan Ustvarjalnica ter zlato nagrado ISPO Award in druga priznanja za inovativne izdelke in promocijo smučanja za otroke. Luka Grilc, ki za prenos znanja skrbi z rednimi predavanji po vsem svetu, je odločilno prispeval k uveljavljanju strategije podjetja, dvigu ugleda blagovne znamke in uveljavitvi na svetovnem trgu kot najbolj inovativne blagovne znamke za športno opremo, za kar so zadnji dve leti prejeli tudi prestižni priznanji PlusXAward.

Matija Torlak, komercialni direktor, Big Bang d.o.o.

Matija Torlak je v podjetju Big Bang d. o. o., ki je glavni ponudnik zabavne elektronike in gospodinjskih aparatov v Sloveniji, komercialni direktor. Pokriva delovna področja - marketing, komercialo, nabavno verigo in poprodajo. Živi za prodajanje zgodb, prepoznavanje kupčevih potreb in njihovo zadovoljevanje ter se pri delu osredotoča na poznavanje kupca, strategijo in implementacijo. Od leta 2008 je Matija Torlak skupaj s sodelavci v Big Bangu izpeljal veliko uspešnih prodajnih zgodb in inovativnih storitev, od Razrezane cene, zavarovalnega produkta "Se Zgodí" (danes Big Bang Kasko), do celostne storitve "Big Bang Assistent", do krovnih akcij za blagovne skupine, kot je recimo "Ne me vezat" na telefoniji. Preko distribucije je skupaj s sodelavci razvijal blagovne znamke kot so Beko, LG, Apple in veliko drugih.

Od leta 2010 se skupaj s sodelavci osredotoča na novo poslovno strategijo "Multichannel", s katerim so v Big Bangu poenotili prodajne zgodbe in preko prepoznavanja koristi za potrošnika definirali USP za vsak izdelek ter mu tako s svojimi izdelki in storitvami omogočili enostavnejše življenje. Strategija, ki je osnovana na principu "en kupec=ena zgodba=ena cena", pokriva celotni marketinški splet, znotraj katerega so razvili učinkovit online content marketing - Big Bang Info portal. Dodana vrednost Multichannel strategije je povezava fizičnih trgovin in spleta preko portalov v trgovini, svetovanja s Pomočniki za izbiro in Klikni in Prezemi sistemom poslovanja. Podjetje je leta 2013 prejelo tudi priznanje Spletni trgovec leta 2013 (za Audio, Video, Foto).