

INTERNE
KOMPANIJSKE
NOVINE
br. 55
JANUAR-MART 2025

naša Neoplanta



Mirela Vukojičić

menadžer nabavke i uslužne proizvodnje

Uvodna reč

Drage kolegice i kolege,

Zadovoljstvo mi je što imam priliku da vam se obratim u prvom Biltenu za tekuću godinu, koja će nam, nadam se, doneti uspeha, kao i prethodna. Kako je mart mesec bio mesec žena, kada slavimo njihovu snagu, sposobnosti i osećajnost, mislim da je odabran pravi trenutak da prenesem svoju poruku zaposlenima, kao jedna od brojnih žena koje čine Neoplantu boljim mestom za rad – i više od toga. Zato bih iskoristila svoju reč da se iz sopstvenog ugla, na poziciji žene u menadžmentu, osvrnem na sve mogućnosti koje se u našoj kompaniji otvaraju, na prilike koje bi svaki pojedinac u kolektivu trebalo da iskoristi, pa i na prepreke, čijim prevazilaženjem stvaramo bolje radno okruženje.

Kao neko ko je u kompaniji već gotovo 15 godina, mogu da kažem da je moj razvojni put zasnovan na posvećenosti i istrajnosti. Kada pogledam unazad, ka svojim počecima, sećam se kako su me oblikovali prvi izazovi s kojima sam se susretala, ali se isto tako sećam i podrške koju sam imala od strane svojih kolega i mentora. Upravo ta podrška, kao i učestale prilike za učenje i napredovanje učinili su da nikada ne odustanem, nego da svaku prepreku koristim kao šansu za lični i profesionalni rast. Moj poslovni put bio je ispunjen učenjem iz ličnih iskustava, kako iz uspeha, tako i iz grešaka, a danas se sa zahvalnošću sećam svih onih trenutaka koji su me oblikovali i pripremili za dalji razvoj. Iz trenutne perspektive, mislim da su ti prvi koraci bili temelj mog današnjeg pristupa radnim obavezama.

Nisam samo koleginica i menadžer, već i porodičan tip i majka troje dece, što mi svakodnevno daje dodatnu motivaciju i energiju da balansiram između svih obaveza – i profesionalnih, i porodičnih. Verujem da upravo taj balans i činjenica da sam u stalnom kontaktu sa različitim ljudima i njihovim perspektivama, čine moj rad i pristup vođenju još efikasnijim. Biti majka troje dece naučilo me je strpljenju, organizaciji, ali i sposobnosti da pronađem rešenja u različitim situacijama. Iako je moj posao izazovan, ništa mi ne daje veću snagu nego svest da, uprkos svim obavezama, mogu da doprinosim timu i kompaniji.

Na ličnom primeru nekoga ko je ispratio brojne promene, kako u samoj industriji, tako i u radnom okruženju, mislim da je osim toga da stvorimo uspeh, važno i to kako ga stvaramo. Verujem da iz ovakve atmosfere koju smo uspeli da izgradimo tokom svih godina rada mogu da proizađu sve bolji i bolji rezultati, što se u praksi i pokazuje. Zato mislim da je važno da konstantno učimo, da se međusobno podržavamo i da razvijamo ne samo svoje, već i zajedničke potencijale – jer samo zajedno možemo ostvariti još veće uspehe i postaviti nove standarde. Uspeh će uvek biti rezultat upornosti i volje da se stalno napreduje.

Zato ću iskoristiti ovu priliku da se zahvalim svim kolegama koje su deo ovog puta i koje svojim radom svakodnevno doprinose boljoj budućnosti Neoplante.



Kad je

SENDVIČ

NEKA BUDE ŠIROOOKO:

Nova kampanja Neoplanta Delikatesa



Kako biste voleli da vam počinje svaki dan? Prvo gitarom, onda tamburicom, pa violinom i, na kraju, trubom? Ili omiljenim sendvičem? Naša nova kampanja poručuje nam da je idealno jutro ono u kojem se spoje omiljeni ukusi i omiljeni zvuci!

Dimljeni čureći file i Budimska kobasica, kao sastojci idealnog sendviča, u fokusu su nove kampanje, prve za koju su scenario i kreativa potekli upravo iz „naše kuhinje“, unutar tima Marketinga. Scenario za TV-reklamu napisao je kreativni partner, Bogdan Španjević, uz svesrdnu podršku brend menadžerki za Neoplanta Delikates – Vesne Okiljević i Andree Stanimirović, kao i asistenta na brendu, Bojana Kopanje. Posebna zahvalnost za nesebičnu pomoć u realizaciji ide reditelju Miši Terziću, produkcijskoj kući Rooster i agenciji Media House. Bend Apsolutno romantično, autor naše prepoznatljive numere, za potrebe ove kampanje uradio je novi aranžman Neoplantine melodije, dok se u glavnoj ulozi i ovog puta nalazi Jovana Balašević, prepoznatljivo lice kada je u pitanju Neoplanta Delikates, koja je doprinela autentičnosti naše priče o omiljenom sendviču.

Kampanja je podržana kroz sve kanale komunikacije i trajaće do kraja juna. Pratimo je na TV-u i digitalnim kanalima, a od aprila i na radiju i OOH rešenjima.

**Neoplanta**
Delikates



ŠIRO  KO

DVOUGAO



Tijana Kovachević

asistent za razvoj tržišta



Teodora Arsenijević

finansijski analitičar prodaje junior

Kako bi opisala Neoplantu u tri reči?

- Kvalitet. Razvoj. Tradicija.

Šta je za tebe duh Neoplante? Šta je ono što najviše doprinosi toj atmosferi?

- Duh Neoplante definitivno čine ljudi. Svakodnevno učimo jedni od drugih i zajedno rastemo. Taj osećaj zajedništva je ono što nas čini posebnima.

Kada pomisliš na svoj tim, šta je to što najviše ceniš u saradnji sa njima?

- Najviše cenim poverenje koje imamo jedni u druge. Znamo da se u svakom trenutku možemo osloniti na tim, da su odluke lakše kada ih donosimo zajedno i da otvorena komunikacija čini da svi budemo još bolji.

Šta misliš da je ključ uspeha u kompaniji kao što je Neoplanta?

- Stalni razvoj i inovativnost. Neoplanta uvek prati trendove, osluškuje potrebe potrošača i uvek tražimo načine da budemo još bolji.

Koji je tvoj omiljeni proizvod Neoplante?

- Bez dileme – Budimska kobasica.

Kada se setiš početaka u Neoplanti, šta bi rekao sebi tada, što sada znaš?

- Rekla bih sebi da je za sve potrebno vreme i strpljenje. Da ne postoje loše odluke, već samo dobre lekcije. Svaki izazov nosi nešto novo, a svaki korak nas vodi napred.

Šta bi poručila kolegini iz drugog ugla?

- Da iskoristi svaku priliku za razvoj i unapređenje, jer je Neoplanta definitivno najbolja škola za usavršavanje. Svako iskustvo je vredno, samo ga treba prepoznati i primeniti na pravi način.

Kako bi opisala Neoplantu u tri reči?

- Posvećena, dinamična, inovativna.

Šta je za tebe duh Neoplante? Šta je ono što najviše doprinosi toj atmosferi?

- Duh firme čini skup zajedničkih vrednosti, uverenja i ponašanja koji predstavljaju svakodnevnu interakciju između zaposlenih. Ono što najviše doprinosi toj atmosferi je komunikacija među njima i atmosfera koja promovise timski rad i međusobnu podršku.

Kada pomisliš na svoj tim, šta je to što najviše ceniš u saradnji sa njima?

- Najviše cenim poštovanje i poverenje koje imamo jedni prema drugima, spremnost na saradnju, kao i to što je svako spreman da pomogne kada zatreba.

Šta misliš da je ključ uspeha u kompaniji kao što je Neoplanta?

- Ključ uspeha Neoplante leži u kvalitetu proizvoda, jasnoj viziji, dobrom timu i prilagodljivosti tržištu.

Koji je tvoj omiljeni proizvod Neoplante?

- Neoplanta Delikates pileće grudi.

Kada se setiš početaka u Neoplanti, šta bi rekao sebi tada, što sada znaš?

- Savetovala bih da ne budem previše stroga prema sebi, jer su greške sastavni deo puta i važno je učiti iz njih.

Šta bi poručila kolegini iz drugog ugla?

- Koleginici sa druge strane želim puno uspeha u svim budućim poduhvatima, uz neprekidno otkrivanje novih prili

NOVI PROIZVOD

-POBEDNIČKA KOBASICA SA SIROM

Pobednička kobasica sa sirom ugledala je svetlost polica u drugoj polovini februara, kao najnoviji proizvod u asortimanu Neoplanta Delikates, koji nam dolazi u slajs pakovanju i u rudi, a možemo ih pronaći u marketima širom Srbije i Bosne i Hercegovine.

Osim što spaja ukus sira i kobasice i time predstavlja jedinstvenu, svima omiljenu 2 u 1 kombinaciju, Pobednička kobasica donela nam je i novi način komunikacije sa potrošačima koji se pokazao više nego plodonosnim. Priča o nastanku našeg novog proizvoda krenula je upravo odatle, iz želje da potrošači širom Srbije dobiju priliku da kreiraju kobasicu po svom ukusu, te da pruže uvid u to šta je ono što priželjkuju kada su u pitanju trajne kobasice na tržištu. Otuda se javila ideja o kreiranju aplikacije Napravi kobasicu po svom ukusu, koja je i realizovana 2022. godine. Sa ciljem da putem aplikacije, tada dostupne na našem zvaničnom sajtu, potrošači dobiju priliku da naprave kobasicu prema svojim afinitetima – birajući sastojke, začine, izgled i boju proizvoda, prikupljeno je više od 2.500 predloga od strane korisnika iz cele Srbije. Pogađate, najviše predloga stiglo je iz Vojvodine, a gotovo 50 odsto korisnika aplikacije izjasnilo se da je sir najpoželjniji sastojak trajne kobasice.

Pobednik nagradnog konkursa, Borjan Stevanović iz Smederevske Palanke, posetio je Neoplantu i obišao našu fabriku i iz prve ruke video kako izgleda proizvodnja kobasice. Tom prilikom, upoznao je naše kolege iz Sektora marketinga i razvoja, koji su inicirali ideju o novom proizvodu i uručili našem pobedniku prvu nagradu – vikend za dvoje na Salašu 137 i paket Neoplanta Delikates proizvoda. Stevanović je tada podelio utiske o svom učešću, rekavši da je za trajnu kobasicu po svom ukusu birao sastojke standardne za naše područje, ali uz dodatak sira koji joj daje posebnu vrednost. Osim pobedniku, tim Neoplante dodelio je nagrade još 21 učesniku konkursa.



Ipak, inovacije u ukusu zahtevaju i inovacije u razvoju recepture, zbog čega se novi proizvod nije mogao pojaviti preko noći. Kolega Đorđe Ćurić iz Sektora razvoja podelio je sa nama najveće izazove tokom rada na recepturi:

„Zvaničan zahtev za razvoj Pobedničke kobasice dobili smo 8.7.2022. godine, a nulta proizvodnja desila se 8.1.2025, što znači da je bilo potrebno tačno dve i po godine od ideje do realizacije projekta. Istraživački deo zahtevao je mnogo vremena, ali je zato doprineo tome da se praktični deo završi sa tri probe. Dve probe realizovane su u skladu sa rezultatima konkursa, zatim jedna koja nije bila vezana za konkurs i već nakon te tri probe dobijen je proizvod koji se danas nalazi u industrijskoj proizvodnji. Pored ove tri, urađene su još dve industrijske probe – jedna za obezbeđivanje uzoraka za praćenje održivosti proizvoda i druga za obezbeđivanje uzoraka za ulistavanje proizvoda u markete.

Sada kada razmišljam o čitavom procesu, rekao bih da su postojala dva ključna momenta u razvoju Pobedničke kobasice. Prvi je bio izbor sira koji će biti korišćen za proizvodnju, pri čemu je cilj bio doći do sira prihvatljivih organoleptičkih osobina, dobre održivosti tokom roka trajanja kobasice i odličnih karakteristika za mašinsku obradu i ugrađivanje u finalni proizvod tokom izrade kobasice. Drugi ključni momenat u razvoju bila je odluka da u određenoj meri odstupimo od recepture predložene na konkursu čime smo dobili slobodu da i sami na kreativan način doprinesemo procesu zadržavajući, naravno, osnovnu ideju pobedničkog proizvoda. Tako da ne čudi što smo već posle prve probe došli do konačnog rešenja koje je i odobreno kao finalni proizvod. Nakon toga, usledio je najduži deo procesa, a to je praćenje održivosti proizvoda koje je trajalo devet meseci. Najveći izazov, pak, usledio je posle završenog razvoja – prenošenje procesa u industrijsku proizvodnju. Priprema sira za proizvodnju, izrada finalnog mozaika na kuteru, punjenje bez volfa na punilici, odvajanje proizvodnje od redovnih proizvoda zbog prisustva sira, dimljenje i sušenje zajedno sa redovnim proizvodima, pakovanje u flowpack novih dimenzija samo su neki od problema koje smo morali da rešimo pre početka industrijske proizvodnje. Međutim, i te delove procesa smo u saradnji sa kolegama iz proizvodnje, kontrole kvaliteta i sistema upravljanja veoma brzo rešili. Na kraju, dobili smo naš novi proizvod koji zaista smatram izvanrednim. Preporučujem da probate Pobedničku ako do sada niste i uverite se da joj ovaj naziv po svemu odgovara!”

O tome koliko je bilo važno da sir u proizvodu bude baš kakav jeste, govorila je Tatjana Vujnović Veselinov, tehnolog razvoja pakovanja: „Koliko je sir bitan za razvoj Pobedničke kobasice, govori nam i činjenica da je najpre odabran sir, a onda napravljena receptura za kobasicu. Ova potraga nije bila nimalo jednostavna. Iako je spoj sira i trajne već postojao u našem asortimanu, receptura za Pobedničku kobasicu zahtevala je drugačiji pristup. Želeli smo da se ukus sira i kobasice u potpunosti nadopunjuju te da sir savršeno odgovara našoj trajnoj. Usledila su istraživanja, probe, pa i važni poslovni susreti koji su na kraju doveli do odabira Mlekoprodukta kao partnera. Iz njihove široke ponude sireva, odabrana je gauda, koja je u potpunosti ispunila naše kriterijume”.



Tatjana Vujnović Veselinov

Iako naziv proizvoda deluje kao logičan nastavak takmičarskog konkursa, iza Pobedničke kobasice i njene priče stoji i nešto više od toga. Od kolege Bogdana Španjevića, kreativnog partnera u Sektoru marketinga saznali smo koje su to pobe koje je naša Pobednička želela da odnese: „Reč pobe je jedna vrlo posebna reč. To je reč koja ima veliku težinu, istorijsku patinu i breme očekivanja. Pobedu svi žele – ali je samo neki osvoje. Na prvi pogled ona označava ishod borbe u kojoj je jedna strana nadvalada drugu. Pobe uvek uspostavlja relaciju, odnos između strana i uvek ima svog vlasnika tj. onoga koji je pobedio. Samim tim, ona podrazumeva (iako o tome ne govori) i onoga ko je izgubio. Pobe tako deli svet na dve grupe – na pobednike i gubitnike i uspostavlja borbu, nadmetanje kao tajni imperativ našeg sveta. Danas se pobeđuje u sportu, politici, umetnosti, u biznisu, na tržištu – na Evroviziji kao i u Ligi Šampiona, pa naposljetku i u intimnim ličnim borbama. Često se kaže da je neko pobedio sebe – gde onda ta osoba u sebi objedinjava obe gore navedene kategorije. Kao da postaje neko dvojstvo koje i gubi i dobija u isto vreme. Pridev pobednički označava ono što pripada pobedniku. Njegovu privilegiju. Ono što je osvojeno sada pripada njemu.

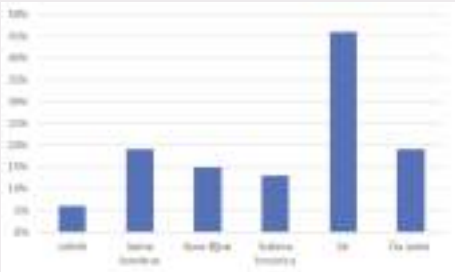


Bogdan Španjević

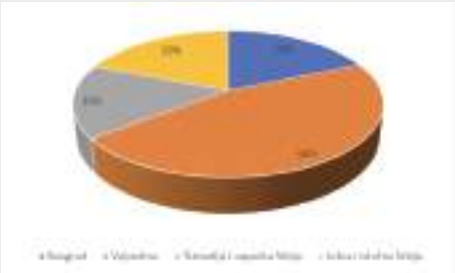
Kada smo naš novi proizvod, jednu odličnu i ukusnu kobasicu sa sirom, nazvali Pobedničkom – hteli smo, međutim, da kažemo nešto sasvim drugo. Hteli smo da ukažemo na činjenicu da je u svojevrsnom nadmetanju u kome je učestvovalo preko 2.500 naših potrošača – najbolji recept dobio priliku da bude realizovan i postane proizvod dostupan svim kupcima u našoj zemlji. Na taj način ova pobe da je prestala da bude privilegija jednog čoveka, a postala dobrobit svih. Ovde je dakle reč o pobi koja je zajednička i pripada svima nama – kako nama koji smo proizveli ovaj proizvod, tako i svim kupcima koji će u njemu moći da uživaju.

Pobednička je, dakle, zastava svih nas. U ovoj pobi nema poraženih. Svi pobeđuju. I ne samo to: mi Pobedničkom slavimo sve one male pobe koje svako od nas osvaja svakog dana. Lepo jutro, trenutak sa porodicom, piće sa kumovima, miris mirne vode na pecanju – ili pak samo savršeno složeno meze na stolu u dvorištu. Zato je Pobednička kobasica sa sirom zapravo podsetnik da uživamo u životu, da svaki dan ima svoje pobe – i da samo treba da ih prepoznamo. Naša Pobednička ne razdvaja već spaja i poziva da u svim pobedama uživamo zajedno”.

Priča o našoj Pobedničkoj priča je za svakog od nas – o istrajnosti, malim i velikim zadovoljstvima, uživanju, trenucima koji ulepšavaju dan. O posvećenosti koja je bila potrebna da novi proizvod dođe do potrošača, i na kraju – o ukusu koji nas spaja, baš kao sir i kobasicu.



Najpoželjniji sastojci trajne kobasice



Najviše korisnika naše aplikacije bilo je iz Vojvodine

NAŠA PRIČA

Tim Neo na kisačkoj Kulenijadi

Treći Međunarodni festival kisačkog kulena, održan u Kisaču 22. februara, okupio je ljubitelje tradicionalnih mesnih proizvoda iz različitih krajeva.

Na manifestaciji je učestvovalo desetero naših kolega iz proizvodnje, a posetioци su uživali u degustaciji kisačkih specijaliteta, kobasica, čvaraka i drugih proizvoda pripremljenih po starim receptima. Miloslav Sokola, Đorđe Davidović, Predrag Dražić, Janko Funčik, Perica Vesić, Vladimir Vozar, Siniša Rudež, Goran Bičkaji, Goran Vajkanović i Jan Čeman, učestvovali su u takmičenju u pravljenju kobasica i, očekivano, istakli se izuzetnim znanjem i timskim duhom.



Naša ekipa pokazala je da profesionalni poziv može prerasti u ljubav i hobi, a ovaj događaj bio je i pravi povod za druženje. Spojivši veštine i zabavu, naše kolege uživale su u svojim aktivnostima: „Na moju i inicijativu Siniše Rudeža, razmatrali smo ideju da se okupimo i van firme i organizujemo druženje. Kulenijada je bila idealna prilika s obzirom na naše zanimanje, tako da smo okupili ekipu iz pandleraja i ZOP-a i krenuli sa namerom ne da pobedimo, nego da se dobro zabavimo. Ko zna, možda ćemo se opet spontano pojaviti na nekoj drugoj manifestaciji“, preneo je svoje utiske Miloslav Sokola.

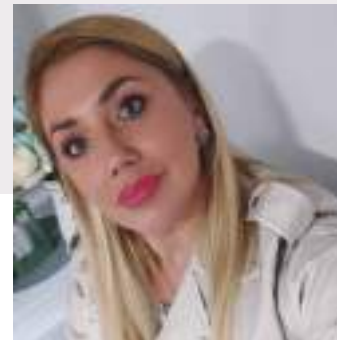
Posetioci Kulenijade mogli su da kupe domaće proizvode od izlagača, ali i da uživaju u kulturno-umetničkom programu. Jedna od najlepših mesarskih tradicija i dalje živi kroz ovakve manifestacije, zbog čega nam je veoma drago što su naši zaposleni iskazali entuzijazam i uzeli učešće.



KOLEGE PREPORUČUJU

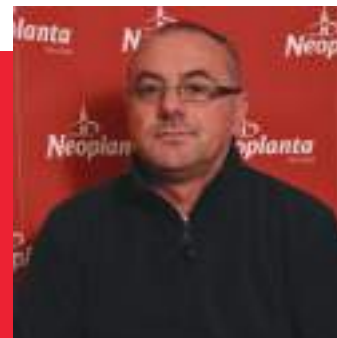
Moja duhovna oaza – manastir Sveti Prohor Pčinjski

Desanka Škrbić, Radnik u restoranu



Za sve one koji planiraju da ove godine putuju u Grčku na odmor, obavezna usputna destinacija trebalo bi da bude manastir Sveti Prohor Pčinjski, koji se nalazi na šumovitim obroncima planine Kozjak, na levoj obali Pčinje, u blizini sela Klenike i 30 km južno od Vranja. Prema predanju, podigao ga je u 11. veku vizantijski car Roman Diogen u znak zahvalnosti Svetom Prohoru Pčinjskom Mirotočivom, koji mu je proricao da će postati car. Veruje se da Sveti Prohor Pčinjski, čije se mošti nalaze u manastiru, pomaže svakome ko ga zamoli za pomoć.

Ovo mesto ujedno je i granični prelaz za Severnu Makedoniju, gde uglavnom nema gužve. Kako manastir nudi i konačište po povoljnim cenama, mnogi putnici dolaze baš ovde da prenoće kako bi sutradan nastavili put za Grčku. Kada sam prvi put stigla na ovo mesto, moje iskustvo bilo je neopisivo. Mogla bih reći – kao raj na zemlji! Taj osećaj sam doživela jedino još u manastiru Ostrog, a ono što je Ostrog za Crnu Goru, to je ovaj manastir za jug Srbije. Inače, Manastir Prohor Pčinjski je drugi po veličini u Srpskoj pravoslavnoj crkvi, odmah posle Hilandara. Savetujem svima da ga posete i sigurna sam da nikoga neće ostaviti ravnodušnim!



Restoran Mačkat – Nezaboravan gastronomski doživljaj u srcu Zlatibora

Zoran Škavić, Šef smene magacina materijala

Kada budete u prilici, toplo vam preporučujem da posetite restoran „Mačkat“ u malom istoimenom selu, nedaleko od Zlatibora. Ovo mesto je pravi raj za gurmane, a naročito za ljubitelje jagnjetine – kažu da pripremaju najbolju u celoj Srbiji! Iako nije baš nadohvat ruke, sigurno je vredno truda da svratite i uživajte u specijalitetima „Mačkata“. Iskustvo čine potpunijim netaknuta priroda koja se ovde prostire. Zajedno sa kolegama iz magacina pravim planove da odemo i lično se svi uverimo da li zaslužuju titulu najboljih, što ćemo iskoristiti i kao priliku za lepo timsko druženje.



Banja Koviljača Idealno mesto za produženi vikend

Jelena Vudraković, Tehnolog razvoja proizvoda – junior

Moja preporuka za produženi vikend ili kraći godišnji odmor je poseta Banji Koviljači, mestu kom se iznova rado vraćam. Njegovo središte čini vrlo lep i uređen park sa grandioznom fontanom koja je tokom letnjih noći osvetljena u raznim bojama. Obavezno treba videti i spomen-kosturnicu na Gučevu u kojoj se nalaze posmrtni ostaci srpskih i austrougarskih vojnika poginulih 1914. godine tokom Prvog svetskog rata za vreme Gučevske bitke. Spomenik oblika piramide visok je 16.85m, a na njegovom vrhu nalazi se mermerni dvoglavi orao raširenih krila.

U okolini Banje nalazi se i etno selo „Sunčana reka“, na obali reke Drine i na mestu gde se ukrštaju rečni i planinski vazduh, a upravo ovde postoji mnogo sadržaja prilagođenih odmoru, opuštanju i sportskim aktivnostima. Nekih 20-ak minuta od same banje, u opštini Mali Zvornik, nalazi se Podzemni grad Karađorđevića – prostor koji se nalazi u steni, vojno zdanje koje je zidano u tajnosti između dva svetska rata. Danas je to muzej sa 75 prostorija i nekoliko stotina metara hodnika. Napominjem da je temperatura u ovim prostorijama tokom cele godine 9-15 stepeni, što je dobro znati ako ste se tamo zaputili tokom leta. Takođe, na nekih 20-ak minuta od Banje u drugom pravcu, nalazi se i Tršić – rodno mesto Vuka Karadžića. Selo je muzej na otvorenom, u autentičnom stanju, te čini da se osećamo kao da usred ubrzane sadašnjice hodamo u nekim drugim vremenima, putevima prošlosti.

VREDNOSTI OČEKIVANA PONAŠANJA

DUGOROČNA PERSPEKTIVA

Donosimo odluke koje postižu balans između kratkoročnih i dugoročnih ciljeva, uz jasnu i transparentnu komunikaciju, vodeći računa o dugoročnim posljedicama, održivosti i rastu organizacije.



INOVATIVNOST

Brzo reagujemo na nove prilike i izazove, otvoreni smo prema promjenama kako bismo sačuvali našu konkurentsku prednost na tržištu.



LIČNA ODGOVORNOST

Odnosimo se prema kompaniji s potpunim osećajem vlasništva, preuzimamo odgovornost za vlastite postupke i učimo iz grešaka.



BRIGA I RAZVOJ LJUDI

Kreiramo produktivno okruženje koje podstiče lični i timski rast, promoviramo vrednosti organizacije i podržavamo različitost.



POBEDNIČKI MENTALITET

Postavljamo ambiciozne ciljeve i ostvarujemo rezultate.



INTEGRACIJA I KOMPANIJSKE VREDNOSTI

Radna kultura u našoj kompaniji godinama se zasniva na odgovornosti, poštovanju, stalnom razvoju pojedinca i timova i otvorenosti u komunikaciji i mišljenju. Na ovaj način, stvorili smo pozitivnu radnu atmosferu, ili kako mi to volimo da kažemo – domaćinsku, gde ljudi zaista dolaze da bi ostali i gde se osećaju kao deo velike zajednice koja ima iste ciljeve. Naše kompanijske vrednosti doprinele su tome da svi koji su imali priliku da budu naši gosti, partneri, zaposleni, ističu duh koji Neoplantu čini autentičnom. Deo strategije koja se tiče integracije sa Nelt Grupom, jeste i nadogradnja postojećih te u određenoj meri usvajanje novih kompanijskih vrednosti, što bi trebalo da doprinese ojačavanju relacija između organizacionih struktura.

Imajući u vidu leaderske pozicije Nelta i Neoplante, prirodan sled predstavljaju i promene u kompanijskim vrednostima, odnosno njihovo modifikovanje. Zadržavajući osnovna načela, Neoplanta na ovaj način dobija priliku da nadogradi svoje principe poslovanja i ponašanja sa svrhom dodatnog razvoja – na individualnom i kolektivnom planu. S tim u vezi, osnovne kompanijske vrednosti Nelt Grupe trebalo bi da budu u određenoj meri inkorporirane u svakodnevni rad naših zaposlenih, imajući u vidu i brojne zajedničke vrednosti i obrasce ponašanja koje već delimo.

Neoplantine kompanijske vrednosti na ovaj način dobijaju novo ruho. Na našu odgovornost, poštovanje, stalni razvoj i otvorenost nadovezuju se vrednosti Nelt Grupe – dugoročna perspektiva, inovativnost i pobjednički mentalitet, zajedno sa ličnom odgovornošću i brigom i razvojem ljudi koje nastavljamo da negujemo istim intenzitetom. Kroz internu komunikaciju sa našim zaposlenima, vrednosti Nelt Grupe biće detaljnije predstavljene u svetlu zajedništva dveju kompanija. Verujemo da će nam fleksibilnost u prihvatanju određenih promena doneti višestruke benefite – u ličnom i profesionalnom razvoju, ali i u učvršćivanju pozicije Neoplante na tržištu, što zajedno predstavlja krajnji cilj nadogradnje kompanijskih vrednosti, pa i integracije uopšte.

Uz razumevanje pozicije i uloge svakog zaposlenog u organizaciji, nastojaćemo da obogatimo radnu kulturu u Neoplanti, da negujemo zajedništvo kompanija u prevazilaženju izazova i postizanju ciljeva, spojimo prijateljski sa proaktivnim pristupom, te da dodatno ojačamo leaderski duh koji nam iz godine u godinu donosi odlične rezultate.

BABY FOOD FACTORY



– Lider u kategoriji zdrave ishrane za sve generacije

Baby Food Factory (BFF) je kompanija posvećena proizvodnji zdrave hrane za sve generacije, kroz svoja tri brenda – Nutrino, Nutrino Lab i Nutrino Lab Junior. Sa najsavremenijom fabrikom u regionu, opremljenom tehnologijom po najvišim evropskim standardima, BFF garantuje vrhunski kvalitet i bezbednost svojih proizvoda. Posebna pažnja posvećena je higijenskim uslovima proizvodnje – cela fabrika opremljena je „panelima čistih soba“, koji osiguravaju najviši nivo čistoće i omogućavaju proizvodnju hrane prema najstrožim standardima.

Nutrino, vodeći brend u kategoriji dečije hrane, nudi širok asortiman proizvoda za odojčad i malu decu. Zahvaljujući 100% prirodnim sastojcima, Nutrino asortiman obuhvata suve i tečne žitne kaše, kašice u teglicama, kaše u praktičnim pauč pakovanjima i sokove. Sa stalnim fokusom na kvalitet i inovacije, Nutrino je brend sa najbržim rastom u svojoj kategoriji u Srbiji.

Inspirisan uspehom Nutrino brenda, BFF je 2020. godine lansirao **Nutrino Lab** – jedinstven proizvod namenjen odraslima. Nutrino Lab miksevi napravljeni su u kombinacijama od 100% voća, voća i povrća ili voća i ovsa.

Kako bi deci uzrasta od 3 do 8 godina obezbedio kvalitetnu užinu, BFF je razvio **Nutrino Lab Junior** – liniju proizvoda koja roditeljima omogućava da svojim mališanima pruže zdrav i ukusan obrok i van kuće.

Glavni cilj kompanije Baby Food Factory je kontinuirana proizvodnja visokokvalitetnih prehrambenih proizvoda za sve generacije, uz jačanje poverenja potrošača kroz posvećenost kvalitetu, inovacijama i zdravim prehrambenim navikama.



FITPASS

PRIJAVE I ODJAVE

BENEFIT ZA SVE ZAPOSLENE!

1

Neoplanta vam je omogućila da ostvarite premium članstvo u klubu FitPass koje podrazumeva 30 treninga mesečno koje možete kombinovati kako vi želite. Fitpass članarina vam obogaćava da vežbate u preko 600 sportskih objekata na teritoriji cele Srbije.

2

IZNOS ČLANARINE?

Za mesečnu naknadu u iznosu od **1.200 RSD** koja se obustavlja sa plate, možete koristiti FitPass. Svaki zaposleni koji koristi FitPass može da prijavi i dodatnog korisnika čija članarina iznosi **2.700 RSD**.



3

DODATNI KORISNIK

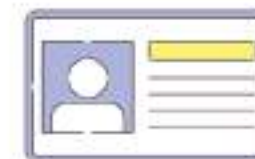
Za dodatnog korisnika neophodno je da odmah nakon prijave popunite **administrativnu zabranu** u Ljudskim resursima (Obračunska služba).



4

NAČIN PRIJAVE I ODJAVE

Prijava i odjava članarine ili članarine dodatnog korisnika vrši se do 25. u mesecu skeniranjem QR koda i popunjavanjem formulara za prijavu/odjavu.



AKTIVNA ČLANARINA

Nakon popunjenog formulara prijava/odjava će biti aktivna od prvog u narednom mesecu.



U NEOPLANTI

Interesovalo nas je kako naše kolegice iz različitih sektora vide svoju poziciju u kompaniji, s kojim izazovima se susreću i zbog čega bi rad u Neoplanti preporučile mladim koleginicama i svima onima koji su željni novih znanja i usavršavanja.



Nada Zeljković, radnik higijenske grupe

Zbog čega je posebno biti žena u tvojoj profesiji i na tvojoj trenutnoj poziciji?

Biti žena u ovoj profesiji donosi posebnu vrednost zbog specifičnih sposobnosti koje žene poseduju, kao što su snalažljivost, pažnja prema detaljima i veština efikasne organizacije. Na mojim pozicijama, žene se često ističu kroz svoju posvećenost i sposobnost da brzo reše radne zadatke.

Koji je bio tvoj najveći izazov u dosadašnjoj karijeri u Neoplanti?

Pre desetak godina, radila sam u kobasičariji sa izuzetnim timom. Iako je posao bio fizički zahtevniji i povremeno izazovan, uspeali smo da se povežemo kao tim i rešavamo sve prepreke zajedno. Taj period mi je mnogo značio jer sam naučila kako da se prilagodim različitim okolnostima, kako da efektivno komuniciram sa kolegama i uprkos izazovima, ostanem dosledna u svom poslu održavajući kvalitet rada.

Koliko je za tebe zahtevno pronaći balans između privatnog i poslovnog života?

Za mene to i nije veliki izazov, jer sam naučila da se organizujem na način koji mi omogućava da ispunim sve obaveze. Posao je za mene prioritet, a kad je to jasno, sve ostalo se slaže uz dobru organizaciju. Pored posla u Neoplanti, radim i dodatni posao, ali je ključ uspeha u organizaciji vremena. Uzmemo li u obzir da obavljam više odgovornosti, važno je da se fokusiram na prioritete i da zadržim energiju za sve aspekte života.

Koji savet bi dala mladim ženama koje žele da započnu karijeru u dinamičnoj industriji poput naše?

Mladim ženama bih savetovala da budu promišljene u odlukama koje donose, da ozbiljno pristupe svom radu i da se maksimalno angažuju. Važno je da ne odustaju, da budu uporne i da cene svaki korak na svom putu, jer ova industrija zahteva mnogo truda, ali i pruža neverovatne mogućnosti. Takođe, neka čuvaju svoj posao jer to je nešto što je dugoročno najvrednije.



Sladana Filipović, poslovođa na punjenju i pakovanju konzerve

Zbog čega je posebno biti žena u tvojoj profesiji i na tvojoj trenutnoj poziciji?

Biti žena u prehrambenoj industriji, posebno na rukovodećoj poziciji poput poslovođe, nosi sa sobom posebne izazove, ali i prednosti. Uloga poslovođe zahteva dobru komunikaciju sa zaposlenima, a žene u većoj meri iskazuju empatiju i strpljenje u vođenju tima. Biti žena u ovoj ulozi znači pomerati granice i otvarati vrata drugim ženama u industriji.

Koji je bio tvoj najveći izazov u dosadašnjoj karijeri u Neoplanti?

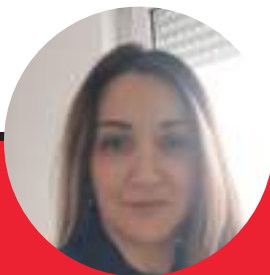
Jedan od najvećih izazova u mojoj dosadašnjoj karijeri bio je pronalaženje balansa između efikasnosti rada i motivacije zaposlenih. U početku je bilo teško pronaći pravi pristup - kako istovremeno biti autoritet, a opet dovoljno pristupačan da tim funkcionise skladno. Međutim, kroz iskustvo sam naučila kako da postavim jasne ciljeve, ali i da osluškujem potrebe zaposlenih, što je dovelo do boljih rezultata.

Koliko je za tebe zahtevno pronaći balans između privatnog i poslovnog života?

Održavanje balansa između privatnog i poslovnog života je izazovno, posebno na rukovodećoj poziciji gde odgovornost ne prestaje sa završetkom radnog vremena. Iako nije uvek lako, trudim se da pronađem vreme za sebe i svoju porodicu.

Koji savet bi dala mladim ženama koje žele da započnu karijeru u dinamičnoj industriji poput naše?

Mladim ženama, koje žele da započnu karijeru u prehrambenoj industriji, savetovala bih da budu istrajne, hrabre i spremne na učenje. Ovo je dinamična industrija koja zahteva posvećenost, ali nudi i mnogo prilika za razvoj. Svaki izazov je prilika za učenje, a trud i upornost se uvek prepoznaju i nagrađuju.



Sanja Gajić Stojkov, supervizor planiranja

Zbog čega je posebno biti žena u tvojoj profesiji i na tvojoj trenutnoj poziciji?

Smatram da u poslovnom kontekstu nije presudno da li iza izvršenog zadatka stoji žena ili muškarac. Ono što je bitno, jesu stručnost, profesionalnost, kao i vrednosti koje ta osoba poseduje i deli. Moja sposobnost da se prilagodim pomogla mi je da izgradim snažne veze, kako sa kolegama iz drugih sektora, tako i sa našim distributerom, negujući kulturu timskog rada i dobru međusobnu saradnju. U prethodnih 15 godina u organizaciji, kroz posao u različitim sektorima, imala sam priliku da inspirišem druge da budu kreativni, da smišljaju nova rešenja, kao i da se lakše prilagode i prihvate promene. Na raspolaganju sam svim svojim kolegama i koleginicama, sa kojima rado delim znanje.

Koji je bio tvoj najveći izazov u dosadašnjoj karijeri u Neoplanti?

Poseban izazov u mojoj karijeri bilo je zaduženje za izradu portala za poručivanje robe (B2B portala), pri čemu je rok za izvršenje bio veoma kratak, i to uz ograničene resurse. Projekat je zahtevao koordinaciju više timova i eksternih partnera, što je dodatno povećavalo kompleksnost. Izazov kojeg se takođe rado sećam je i zajednički projekat implementacije novog distributivnog magazina (680000), koji je sa sobom nosio veliku odgovornost i angažovanje po pitanju pripremnih baza, logističkih podataka artikala, uvezivanja sa WHS Gold i drugo. Nakon uspešnih projekata, osećaj da ste bili deo ekspeditivnog tima utiče na motivaciju i na lični razvoj. Taj osećaj je vredan svih napora.

Koliko je za tebe zahtevno pronaći balans između privatnog i poslovnog života?

Verujem da je pronalaženje ravnoteže između privatnog i poslovnog života izazov sa kojim se mnogi ljudi danas suočavaju. Ono u šta čvrsto verujem, jeste da su disciplina i postavljanje prioriteta način na koji možemo uspešno uskladiti sve aspekte svog života.

Koji savet bi dala mladim ženama koje žele da započnu karijeru u dinamičnoj industriji poput naše?

Budite proaktivne i pokrenite inicijativu. Ne čekajte prilike, već ih stvarajte same. Stalni lični razvoj i usavršavanje su neophodni za uspeh u skoro svim industrijama. Svakako bih preporučila da investirate svoje vreme u dodatne obuke iz oblasti analize podataka i upravljanja projektima, jer je to recept za lični razvoj i uspeh



Jelena Marković, specijalista logistike

Zbog čega je posebno biti žena u tvojoj profesiji i na tvojoj trenutnoj poziciji?

Biti žena u logistici može doneti specifične izazove, ali isto tako pruža velike prilike. Profesija je tradicionalno bila više orijentisana ka muškarcima, ali sve više pruža priliku i ženama, koje donose drugačiji pristup i pogled na organizaciju procesa. Iako se ponekad susrećemo sa predrasudama, smatram da profesija postaje sve otvorenija i pruža jednake šanse svima, bez obzira na pol. Kao žena u logistici, trudim se da doprinosim pažljivim i detaljnim pristupom, naročito kada je reč o organizaciji transporta i upravljanju voznim parkom, gde je preciznost ključna. Smatram da žene imaju sposobnost da donesu naglasak na detalje i preciznost u upravljanju procesima. Bilo je trenutaka kada je trebalo da se nosim sa stereotipima i predrasudama u pogledu toga šta kao žena mogu postići, ali smatram da su moj rad i posvećenost najbolje odgovorili na takve izazove.

Koji je bio tvoj najveći izazov u dosadašnjoj karijeri u Neoplanti?

Ne bih izdvojila najveći, jer je svaki izazov na koji sam naišla u našoj kompaniji bio stepenik više i korak napred. Omogućio mi je da unapredim svoje veštine analize podataka, koordinacije i donošenja brzih odluka pod pritiskom, a istovremeno sam stekla dublje razumevanje kako logistički procesi utiču na uspeh kompanije. S obzirom na sve izazove, naučila sam da je ključ u tome da se stalno traže rešenja i da budem fleksibilna u prilagođavanju na sve promene koje se s vremena na vreme dešavaju.

Koliko je za tebe zahtevno pronaći balans između privatnog i poslovnog života?

Pronaći balans između privatnog i poslovnog života može biti izazovno, posebno u logistici gde su rokovi i organizacija ključni. Važno je postaviti prioritete, imati dobru procenu, efikasno upravljati vremenom i izgraditi dobre profesionalne odnose sa kolegama jer uspeh često zavisi od saradnje sa različitim timovima i odeljenjima. Kroz dobre organizacione veštine, održavam produktivnost na poslu i imam vreme da se posvetim privatnom životu. Ponekad postoji potreba za fleksibilnošću, ali trudim se da uvek nađem vreme za odmor i za svoje najbliže.

Koji savet bi dala mladim ženama koje žele da započnu karijeru u dinamičnoj industriji poput naše?

Svim mladim ženama koje žele da započnu karijeru u dinamičnoj industriji kao što je mesna industrija, savetovala bih da veruju u svoje sposobnosti i budu spremne na stalno učenje i prilagođavanje. Industrija je brza i često izazovna, ali pruža velike mogućnosti za stalni razvoj. Važno je biti uporan i imati želju da se unapređujete. Ne treba se bojati preuzimanja inicijative – s upornošću i posvećenošću, uspeh je zagarantovan.



Marija Stefanović, supervizor finansija

Zbog čega je posebno biti žena u tvojoj profesiji i na tvojoj trenutnoj poziciji?

Analitičnost, fokus na detalje i sposobnost rada u dinamičnom okruženju osobine su koje većina žena poseduje. Finansije su upravo takva oblast u kojoj su prilike i promene svakodnevno prisutne, kako kroz dinamiku poslovanja kompanije, tako i kroz zakonsku regulativu, digitalizaciju i automatizaciju. Dugoročno razmišljanje, optimizam i visoka agilnost su ključni faktori uspeha koji odlikuju žene.

Koji je bio tvoj najveći izazov u dosadašnjoj karijeri u Neoplanti?

U Neoplanti sam dugi niz godina i ono što sa sigurnošću mogu reći, jeste da je posao ovde vrlo dinamičan, pun mogućnosti za učenje i razvoj, samim tim, često i izazovan. Mesna industrija je sama po sebi takva, nepredvidiva, pa je i u našem poslovanju bilo puno tržišnih prilika, nepravilika, reorganizacija... Ne bih nijedan izazov posebno izdvajala, ali mogu reći da je svaki sa sobom nosio važnu lekciju i da smo mi, kao sektor finansija, bili velika podrška tome da iz svakog izazova kao kompanija izađemo bolji i jači.

Koliko je za tebe zahtevno pronaći balans između privatnog i poslovnog života?

Uz podršku kolega, porodice i dobru organizaciju nije teško naći balans između privatnog i poslovnog života. Dovoljno vremena za prijatelje, porodicu, trening je nešto što sigurno puni baterije i povećava zadovoljstvo, a samim tim, i efikasnost na poslu. Mogu reći da imam veliku privilegiju da na poslu radim sa kolegama i timom koje smatram pravim prijateljima. Podrška koju pružamo jedni drugima sve čini lakšim.

Koji savet bi dala mladim ženama koje žele da započnu karijeru u dinamičnoj industriji poput naše?

Rad u finansijama danas nije više samo puko računanje i slaganje brojeva, već podrazumeva svakodnevno praćenje trendova na tržištu, saradnju sa svim sektorima i rad na digitalizaciji u cilju povećanja produktivnosti kompletne kompanije. Osnovna prednost industrije kao što je naša je u tome što je puna prilika i mogućnosti za napredovanje i sticanje novih znanja. Dodatno, volela bih da neke naše buduće kolegice znaju da će imati podršku da budu slobodne da istražuju, analiziraju i da bi svaki izazov trebalo da shvate kao priliku za svoj razvoj i usavršavanje. Trud, rad i posvećenost su ono što se uvek na kraju isplati.

ZNANJE *iz prve ruke*

Luka Šobot: Bezbednost električnih instalacija i pravilno rukovanje uređajima u domaćinstvu

Jedna od čestih pojava u domaćinstvu svakako je i nestanak struje, koji može imati različite posledice po električne uređaje. Kada se to dogodi, uređaji mogu doživeti oštećenja u zavisnosti od vrste i okolnosti isključenja. Pa tako – računari i drugi uređaji za skladištenje podataka mogu izgubiti neotpremljene informacije, što može biti posebno problematično ako radite na važnim dokumentima ili projektima, dok naglo isključenje struje može dovesti i do oštećenja električnih komponenti uređaja, posebno onih koji sadrže motore ili kompresore, kao što su frižideri ili klima uređaji. U drugim slučajevima, npr. kod televizora i satova, koji obuhvataju i memorisane postavke ili vremenske podatke, često dolazi do gubitka istih, što često ume da frustrira korisnike.

Kako biste sve ove rizike sveli na minimum, najbolje je da u slučaju nestanka struje isključite uređaje iz utičnice, što se naročito odnosi na one za koje znate da su osetljivi ili su skupi. Naime, kada struja ponovo dođe, može doći do prenapona i samim tim, do oštećenja uređaja. Isključivanjem ćete smanjiti rizik od oštećenja usled prenapona, a osim toga, ako je došlo do kvara ili oštećenja elektroinstalacija tokom nestanka struje, isključivanje uređaja smanjiće rizik od požara ili drugih opasnosti prilikom ponovnog uključivanja struje.

Još jedna važna tema s tim u vezi, a na koju često zaboravljamo, jeste redovno proveravanje elektroinstalacija. Ovo je jedna od najvažnijih stavki kada govorimo o bezbednosti u domaćinstvu. Preporuka je da se produžni kablovi redovno proveravaju, isto kao i utičnice i prekidači. Korišćenje kvalitetnih produžnih kablova, izbegavanje njihovog preopterećenja, kao i redovno proveravanje potencijalnih oštećenja, mogu značajno smanjiti rizik od nesreća. Takođe, obavezno proveravajte da li su osigurači u dobrom stanju i odgovaraju li trenutnim potrebama vašeg doma. Zastareli osigurači mogu biti manje efikasni u zaštiti od preopterećenja, zbog čega je važno redovno ih proveravati.

Ako primetite bilo kakve nepravilnosti u elektroinstalacijama, kao što su varnice, miris paljevine ili čudni zvukovi, odmah isključite struju i pozovite stručnjaka. U slučaju kratkog spoja ili preopterećenja, važno je brzo reagovati. Prvo isključite struju na glavnoj sklopki ili osiguraču, a zatim kontaktirajte kvalifikovanog električara da pregleda i reši problem. Ako se desi preopterećenje, isključite uređaje sa preopterećenog osigurača, rasporedite uređaje na druge utičnice i zamenite osigurač ako je potrebno.

Edukacija svih članova domaćinstva o pravilnoj upotrebi električnih uređaja i instalacija je od mnogo većeg značaja nego što imamo običaj da joj pridajemo. Razumevanje osnovnih pravila električne bezbednosti može sprečiti nesreće poput požara ili strujnih udara, a osim toga, ako članovi domaćinstva prepoznaju rizične situacije, mogu brzo reagovati i sprečiti veću štetu. S tim u vezi, podizanje svesti o ovoj temi i potpunije informisanje o svemu navedenom može biti preventiva za različite probleme sa strujom i uređajima.



VESTI I TRENDOWI

NEOPLANTA I BFF: POKLONI ZA RODITELJE I BEBE ROĐENE NA DAN GRADA NOVOG SADA

I ovog 1. februara u saradnji sa Gradom Novim Sadom i Klinikom za ginekologiju i akušerstvo KCV pokrenuli smo akciju dodele poklon-paketa svim mamama koje su se porodile u Betaniji na Dan Grada. Podršku akciji pružila je i fabrika BFF sa svojim proizvodima Nutrino i Nutrino Lab, čime su upotpunili našu zamisao da roditeljima priuštimo proizvode namenjene slavlju i opuštanju, a najmlađima ukusne i kvalitetne obroke koje će obožavati.



PORT: SIGURNA LUKA ZA SVE INTERNE PROCESSE

Početak godine obeležilo je uvođenje PORT sistema za organizaciju i modernizaciju procesa u upravljanju ljudskim resursima na nivou Nelt Grupe. PORT je jedan od važnih aspekata digitalne strategije koja za cilj ima brže i efikasnije upravljanje podacima. Počevši od 18. februara, program je startovao na nivou cele Grupe, dok su za rukovodioce i zaposlene organizovane obuke od strane HR tima. Sa idejom da rukovodiocima olakša evidenciju rada kolega u timu, da pojednostavi pokretanje organizacionih promena i zapošljavanja, kao i korišćenje dostupne analitike, PORT predstavlja olakšicu i za sve zaposlene koji će ovim putem moći da podnose zahteve za odsustvo i da pristupe svojim informacijama. S tim u vezi, zaposleni koji su imali nedoumica u vezi sa korišćenjem programa mogli su da se uključe na onlajn sesije na kojima je dat prostor svim kolegama da postavljaju pitanja i reše dileme u vezi sa novim sistemom. PORT je dostupan i putem mobilne aplikacije, gde je dostupna većina funkcionalnosti, kao i putem računara. Na ovaj način zaposlenima je omogućeno da na klik pristupe informacijama kojima mogu da upravljaju i u svakom momentu ih ažuriraju.



POBEDNIČKI DORUČAK U NEOPLANTI I NELTU

Pobednička kobasica sa sirom novi je proizvod u asortimanu Neoplante Delikates, a želeli smo da je naši zaposleni i kolege iz Nelta probaju među prvima. Pobednički doručak organizovan je najpre u našem restoranu, potom i u Hali 5 u Dobanovcima, a oba događaja protekla su u krugu velikog broja kolega koji su bili znatiželjni da isprobaju kombinaciju sira i trajne kobasice od sada dostupnu u jednom proizvodu. Pobednički doručak bio je sačinjen od zalogaja koji su kombinacijom različitih ukusa najbolje istakli Pobedničku kobasicu, praćeni pozitivnim reakcijama kolega-degustatora.



DAN ZALJUBLJENIH

Dan zaljubljenih u Neoplanti tradicionalno je bio posvećen našim zaposlenim bračnim parovima kojima smo kao kompanija posebno zahvalni na tome što zajedno neguju naše vrednosti i doprinose uspehu kompanije. Ove godine za čak 25 bračnih parova organizovano je druženje u restoranu Plava Frajla, a večer je protekla u očekivano dobroj i prijateljskoj atmosferi.



VESTI I TRENDOWI

NEOPLANTIN DORUČAK NA MARKETING SAMITU

U organizaciji INStore-a 25. marta održan je 12. Marketing Summit u Sava Centru, a naša kompanija i ove godine je podržala konferenciju u vidu doručka za sve prisutne. Marketing FMCG brendova i usluga nalazi se u fokusu samita koji okuplja veliki broj profesionalaca iz industrije. Sa idejom da tokom samo jednog dana pokaže najaktuelnije i najrelevantnije primere i strategije u domenu FMCG marketinga, Summit svake godine predstavlja nove marketinške pristupe iz Srbije, regiona i sveta. Tim povodom, okupio se veliki broj domaćih i međunarodnih stručnjaka u oblasti marketinga koji su sa prisutnima podelili primere iz prakse, ali i korisna istraživanja tržišta.



DEČJE SRETNJE

Fondacija Koreni drugu godinu zaredom organizovala je Dečje Sretenje 15–17. februara na Oplencu, a mi smo bili tu da podržimo ovu značajnu inicijativu poklonima za najmlađe radoznalce. Svi mališani koji su se tog vikenda u pratnji roditelja uputili u avanturu kroz događaje koji su obeležili našu istoriju dobili su Pipi, Gudi i Čuri paketiće, a kako kažu iz organizacije – najveća dilema nastala je oko toga ko će koju lutkicu izvući iz svog cegera. Nakon uspešne saradnje na Dečjem festivalu Oplenac prošlog leta, bilo nam je zadovoljstvo da ovu godinu započnemo obradovavši više od 300 prisutne dece.

Fondacija Koreni, predvođena princezom Ljubicom Karađorđević, aktivno radi na očuvanju tradicije kroz različite događaje namenjene prvenstveno deci. Nakon izuzetno dobrih reakcija roditelja i javnosti povodom prve organizacije Dečjeg Sretenja, organizatori su odlučili da nastave u istom pravcu te i ove godine povodom državnog praznika upriliče edukativne i zabavne sadržaje za posetioce koji pristižu iz cele Srbije. U ulozi Karađorđa našao se glumac Nikola Škorić, poznati Dragan Torbica iz serije Državni Posao. Osim obilaska zadužbinskog kompleksa i Karađorđevog konaka, deca su se smenjivala u šumskim avanturama, tradicionalnim i pomalo zaboravljenim dečjim igrama, radionicama, izradi porodičnog stabla i brojnim drugim sadržajima, dok je njihova pratnja za to vreme prisustvovala predavanjima na temu izazova u roditeljstvu.



NEOPLANTA I BANKA HRANE VOJVODINA: ZAHVALNOST ZA HUMANOST

Na svečanom događaju u Vinskoj kući Kovačević u Irigu, Banka hrane Vojvodina dodelila je Neoplanti zahvalnicu za bezrezervnu podršku u radu. Humanitarno udruženje, na čelu sa direktorom Srđanom Budimčićem, okupilo je na ovom događaju sve donatore koji se svojim delovanjem i doniranjem proizvoda bore protiv gladi i siromaštva u zemlji. Ceremoniju je obeležilo i potpisivanje ugovora između Banke hrane Vojvodina i Ambasade Japana u Srbiji, čime je otpočela još jedna uspešna saradnja u vidu unapređenja transporta donirane robe do onih kojima je najpotrebnija.

Kao društveno odgovorna kompanija, Neoplanta svake godine izdvaja velike količine prehrambenih proizvoda namenjene udruženjima koja se, poput Banke hrane Vojvodina, bore za bolje uslove života.

VESTI I TRENDOWI

OBELEŽILI SMO DAN ŽENA U NEOPLANTI

Međunarodni dan žena 8. marta tradicionalno smo obeležili u našem restoranu, na ženskom druženju uz kolače i slatki poklon iz specijalne edicije Eugen čokolada. Tom prilikom zaposlenim ženama, kojih u Neoplanti ima čak 268, obratila se menadžerka operacija Jelena Šoć Dujaković, istakavši njihov doprinos kompaniji i stvaranju ukusa koji su pronašli put do hiljada domova u Srbiji i regionu.



NASTAVLJAMO U ISTOM RITMU: TAKO FINA KAMPANJA ŠIROM SRBIJE, BOSNE I HERCEGOVINE I CRNE GORE

Našu tako finu Patelinu od početka marta možete primetiti svuda – na TV-u u dobro poznatom ritmu koji diktira Knez, na bilbordima, putem radija i na digitalnim kanalima komunikacije. Na mestima prodaje prate je nova POS rešenja koja ističu njene najveće vrline – mazivost i ukus, sa ciljem da nakon odličnih rezultata iz prošle godine i u ovoj ostvari nove pobeđe. Prvi talas Patelinine kampanje u 2025. produžava utabane staze komunikacije o kvalitetu i tako finoj teksturi i sve do leta nas podseća na omiljenu melodiju Mia bella Patelina.



NEOPLANTA NA SAJMU U ATINI

Od 8. do 10. marta realizovan je Food Expo Greece, jedan od vodećih sajmova prehrambene industrije u Evropi koji je ovog puta ugostio i predstavnike Neoplante. Posetiocima Sajma predstavljena je naša tako fina Patelina, ali i deo asortimana Neoplante Delikates. Naši predstavnici u Atini bili su Strahinja Puškarević, menadžer izvoza za tržište van regiona i Bojan Kopanja, marketing asistent. Food Expo Greece okuplja više od 40.000 profesionalaca iz maloprodaje, veleprodaje i ugostiteljstva, među kojima je 1.300 izlagača, gotovo 4.000 međunarodnih kupaca i 1.000 hosted buyers učesnika. Na taj način, ovaj Sajam svake godine predstavlja trendove u industriji i oblikuje njenu budućnost, zbog čega nam je veoma drago da smo bili deo ovakvog događaja.



NEO LIDER

Zaposleni u Neoplanti, u čijem opisu posla je vođenje ljudi, pojedinaca ili timova, imaju priliku da u okviru treninga Neo lider saznaju o potrebnim veštinama koje će unaprediti njihov pristup. Josip Bošnjaković i Jelena Grastić iz agencije Bridgefy, koja se bavi edukacijama i koučingom u oblasti poslovanja, sve do aprila sa našim zaposlenima će deliti svoja znanja. Podeljeni u šest grupa, naše kolege imaju organizovane treninge koji obuhvataju teme liderstva, povratnih informacija ka zaposlenima i delegiranja i ciljeva, raspoređenih u tri predavanja. Ovo je samo jedan od načina na koji podstičemo leaderski duh u našoj kompaniji i radujemo zbog pozitivnog utiska koji su dosadašnji treninzi ostavili na naše kolege.

U fokusu

OHI: POHVALI KOLEGU

Konstruktivne pohvale i pozitivne povratne informacije upućene kolegama mogu učiniti mnogo – od poboljšanja samopouzdanja i podsticanja motivacije, do povećanja produktivnosti i učinka naših saradnika. Pohvala kolegi je sasvim sigurno jedan od najjednostavnijih, ali i najučinkovitijih oblika pružanja podrške koji posredno stvaraju priliku za rast i za buduće uspehe svakog od nas. Osim toga, negujući ovakav način komunikacije doprinosimo čitavom timu i izgradnji timskog duha, što je i jedno od najvažnijih dostignuća interne komunikacije u okviru kompanije.

Iako naša aplikacija Access nije novina za zaposlene, odlučili smo da na početku ove godine stavimo akcenat upravo na mogućnost pohvale kolega koje u bilo kom trenutku možete podneti putem ove aplikacije. Pohvali kolegu projekat je koji je proistekao iz poslednjeg OHI istraživanja, a sa tim u vezi želeli smo da istaknemo Neoplantine ambasadore pohvala koji su izabrani na osnovu najviše podnetih pohvala kroz Access. U pitanju su Tatjana Vujnović Veselinović, Sanja Katić, Miljan Randelović, Mihajlo Jović i Marko Grozdanić. Putem internog brendinga u našim zgradama, ambasadori pohvala preneli su svoje poruke zaposlenima i podsetili ih na njihov značaj u radu i svakodnevnoj komunikaciji.

Sa ciljem da pohvale postanu naša radna navika, te da i na ovaj način zaokružimo dobre poslovne rezultate, podsećamo vas da se jedna lepa reč zaista daleko čuje.



POHVALI KOLEGU KROZ ACCESS APLIKACIJU

1. Pristupi Access aplikaciji
2. Klikni na polje pohvala
3. Popuni formular koji će biti ponuđen

Formular je kompletan kada:

- Unesete svoje podatke
- Podatke osobe koju pohvaljujete
- Označite bar jednu kompanijsku vrednost koju želite da pohvalite kod kolege
- Unesete razlog za pohvalu u vidu komentara

NAŠI AMBASADORI POHVALA



Vujnović Veselinov Tatjana



Randelović Miljan



Jović Mihajlo



Grozdanić Marko



Katić Sanja

Neoplanta
Novi Sad

**KOLIKO TI ZNAČI
pohvala kolege?**

