

Proaktív menedzsment:

Design fókuszú hazai- és
nemzetközi projektek

- + Nanushka**
- + MONO art & design**
- + Local's Lore**

Tartalom /// Proaktív menedzsment:

Design fókuszú hazai- és nemzetközi projektek

1. Nanushka - kreatív asszisztens

2014 április - október, gyakorlat - egyben állás

/// A [Nanushka](#) divatmárkánál töltött hét hónapos szakmai tevékenységem alatt elsősorban a nemzetközi kommunikáció és eseményszervezés területén szereztem tapasztalatot. Look book fotózások, divatbemutatók szervezése, sajtómegjelenések intézése, valamint grafikai feladatok ellátása tartoztak a feladatkörömbe. A befektetés utáni időszakban a rohamos növekedés miatt, az egyes pozíciók nem voltak tisztázottak, így a tervező támogatásán túl leginkább a sales- és marketingcsapattal dolgoztam együtt.

2. FŐPROJEKT: MONO art & design - projektmenedzsment, kreatív kommunikáció

2015 februárjától, jelenleg is aktuális állás

/// Több mint két éve látok el projektmenedzseri feladatokat a MONO art & design nevezetű concept store & galériában, jelenleg heti 3-4 napban. Többek között a közösségi média felületek: [Facebook](#) (10K) és [Instagram](#) (6K) kommunikációjáért vagyok felelős, az események szervezése és az üzlet, illetve kiállítások kurálásán kívül. Munkám nagyban hozzájárult ahhoz, hogy megismerkedjek személyesen is a magyar design képviselőivel, megértsek és átlássak olyan fogalmakat mint az árrés, concept store vagy a bizományos értékesítés.

Alprojektek:

1. TILA kiállítás, Design Hét - projektmenedzsment
2. MONO meets the artist - kreatív koncepció, projektmenedzsment
3. Download Design + WoodLike workshop, Design Hét - projektmenedzsment
4. Kele Clothing mini kampány - kreatív koncepció

3. Local's Lore - nemzetközi marketing

2016 szeptemberétől, jelenleg is aktuális állás

/// A [Local's Lore](#) egy startup, mely a Google Maps és Instagram fúzióját vegyítve gondosan kurált utazási célpontokat ajánl. Egy barátságnak köszönhetően a vállalkozás életében az első ötletelési fázistól jelen vagyok. Marketing stratégiáját építve, számszerűen látom, hogy milyen eszközökkel (SEO, Google Analytics, Google Adwords) és milyen mértékben lehet elérni a célközönségünket a különböző közösségi média felületeken (Facebook, Instagram, honlap). Startup lévén a munkám egy része szponzorációs és partneri javaslatok kidolgozásával telik, továbbá kapcsolattartás az ambassdorok-kal és mind a nemzetközi, mind pedig a haza sajtó képviselőivel.

Nanushka ///

2014 április - október

/// Leírás

A [Nanushka](#) 2005-ben Sándor Szandra családi vállalkozásaként indult, mára félmilliárd forint éves forgalmú, bevételeinek 80 százalékát exportból produkáló vállalkozássá nőtte ki magát. A divatmárka a fast fashion márkák és a luxusmárkák közé pozicionálja magát, az úgy nevezett contemporary kategóriába. Ma 28 országban, kb. 70 városban, több mint 160 boltban találhatunk Nanushka ruhákat. Két kiemelkedően erős piacunk is van: a Benelux Államok és Észak-Amerika. A cég jelenleg körülbelül 20 embert foglalkoztat. Tavasz-nyári, illetve őszi-téli kollekcióik idén resort kollekcióval bővültek, illetve elkezdtek egy "home" vonalat is. A márka komoly befektetővel a háta mögött operál, a kérdés, hogy a harmadik körös befektetés után önfenntartóvá tud-e válni?

/// Feladataim

A Nanushka márkánál töltött hét hónapos szakmai tevékenységem alatt elsősorban a nemzetközi kommunikáció és eseményszervezés területén szereztem tapasztalatot. Look book fotózások, divatbemutatók szervezése, sajtómegjelenések intézése, valamint grafikai feladatok ellátása tartoztak a feladatkörömbe. A befektetés utáni időszakban rohamosan növekedés miatt az egyes pozíciók nem voltak tisztázottak, így a tervező támogatásán túl leginkább a sales-és marketingcsapattal dolgoztam együtt.

/// Értékelés - személyes fejlődés

- A motiváció fenntartását segíti a szakmai kihívást jelentő feladatok végzése
- Demokratikus közeg, csapatmunka mint katalizátor volt jelen
- Szervezési és kommunikációs készségek elsajátításával nőtt az önbizalmam
- A kiskereskedelmi szektorban az egyes termékek életútjának és ciklusosságának átlátása (B2B, B2C)
- Nemzetközi gondolkodásmód, nemzetközi piacra való rálátás

Kihívás: Önbizalomhiány, illetve a tervező, a CEO és a gyártásvezető elképzeléseit összehangolni nehéz feladat volt

Tanulság: ráébredtett, hogy a nem divatiparban képzelem el a jövőmet

MONO art & design ///

2015 februártól, jelenleg is aktuális

/// Leírás

A MONO art & design galéria és concept store 2014 novemberében nyílt azzal a céllal, hogy a hazai kortárs művészet és design legjavát gyűjtse össze. Mintegy 300 m²-nyi terével, alig egy év alatt vált Budapest legtöbb alkotót prezentáló design bázisává. Szelekcióját letisztult vizuális identitása és újra való fogékonysága határozza meg, és ebben mindig fontos szempont a friss tehetségek bemutatása is. Rendszeresen kiállítások váltják egymást, melyek többnyire társadalmilag érzékeny munkákat, új kollekciókat, tematikus termékeket mutatnak be, rendhagyóan installálva. A MONO art & design célja, hogy egy közösségi teret tartson fent a belvárosban, ami a kiállításokon és rendezvényeken keresztül aktív formálója lehet a designról és művészetről való gondolkodásnak.

/// Feladataim

Több mint két éve látok el projektmenedzseri feladatokat a MONO art & designban, jelenleg heti 3-4 napban. Mind a [Facebook](#) (10K) és [Instagram](#) (5,7K) kommunikációért felelős vagyok, illetve a sajtóanyagok és hírlevelek szerkesztéséért, továbbá pedig az apróbb grafikai munkákért. Munkám nagyban hozzájárult ahhoz, hogy megismerkedjek személyesen is a magyar design képviselőivel, megértsek és átlássak olyan fogalmakat mint az árrés, concept store vagy a bizományos értékesítés.

/// Főbb projektek

1. TILA kiállítás, Design Hét - projektmenedzser

A TILA kiállításon a finn RIIVARI és a Month of Sundays, valamint a magyar NUBU és Je Suis Belle márkák mutatkoztak be. Az általuk létrehozott tereket a kiállításon párokban, egyszerre egy finn és egy magyar márka jelenlétével láthattuk. A négy divatmárka által alkotott művészi tereken túl a TILA bemutatta két egyetem, a finnországi Metropolia University of Applied Sciences és a MOME divattervező szakos hallgatóinak munkáit is. Az egy hónapon át tartó eseményen a divattervezők külön-külön alkották meg a divat inspirálta művészeti tereiket. A finn kulturális intézet, a Finnagora által szervezett TILA kiállítás a Budapest Design Hét programsorozatának része volt. A két megnyitón körülbelül 600 ember volt jelen.

2. MONO meets the artist - kreatív koncepció, projektmenedzser

A [„MONO meets the artist”](#) egy kísérleti projekt, melynek alap gondolata több forrásból táplálkozik. Egyrészt és elsősorban a személyes motiváció, tervezőink termékei iránti lelkesedésünk és az alkotás gyönyöre szolgált kiindulási pontként. Másrészt szintén fontosnak tartottuk, hogy elinduljunk azon az úton, hogy a MONO saját készítésű kreatív PR tartalmat gyártson. A rövid dokumentumfilm vizualizálja az alkotói folyamatot, az egyediséget, minőséget amelyet az egyes tárgyak hordoznak magukban. Ezáltal is hangsúlyozva a storytelling fontosságát a márkaépítés során.

3. Download Design + WoodLike workshop, Design Hét - projektmenedzser

A 2015-ben indított Download Design egy hazai open design kezdeményezés, ahol a felhasználó olyan ingyenesen letölthető bútortervekhez jut, amelyek átlagos magyar asztalosipari körülmények között reális áron valósíthatók meg. A MOME hallgatói 0-3 éves gyerekek számára kisbútorokat és játékot terveztek, amelyet a Bútorszövetség szervezésében hazai asztalosipari vállalkozások gyártottak le. A végeredményt egy pop-up tárlat formájában mutattuk be, mely kiegészült a WoodLike workshoppal, ami olyan Do It Yourself (DIY) workshopok sorozata, amelyen fából készült, egyedi, saját tárolóeszközöket készítenek a résztvevők.

4. Kele Clothing mini kampány

A [‘You are loved’](#) kreatív kampány a KELE takarókollekcióját látva pattant ki a fejünkből. A meghitt fotósorozat, mely Valentin nap alkalmából készült eszünkbe juttathatja az együtt ébredések örömét, zimankós téli reggeleken a meleg takaró alá menekvés érzését, vagy egyszerűen csak egy kellemes, napsütéses délutáni pihenés emlékét.

/// Értékelés - személyes fejlődés

- A motiváció fenntartását segíti a szakmai kihívást jelentő feladatok végzése, ennek hiánya pedig átmeneti motivátlansággal jár (mindkettő jelen van)
- A csapatélmény és a jó légkör jelentősége a munkahelyen kimagasló, ugyanakkor a tanulás tapasztalat útján érhető el, nem pedig mentor/kolléga által
- Szervezési és kommunikációs készségek elsajátítása
- Átfogó kép a magyar design szcénáról
- “Vezető” szerep több projekt kapcsán

Kihívás: események finanszírozása (NKA, MOL, Nagyon Balaton etc.)

Tanulság: a szakmai tapasztalat elmélyítéséhez és a sikerélményhez érdemes huzamosabb ideig egy helyen dolgozni

Local's Lore ///

2016 szeptember, jelenleg is aktuális

/// Leírás

A [Locals Lore](#)-ra keresztelt interaktív atlaszt azzal a céllal indítottuk el, hogy egy másféle utazás-élményt biztosítsunk. Olyan élményt, amit nem írnak meg a legtöbb utazási könyvben. A városok helyi képviselői (ambassadorok) olyan egyének, akiknek mind hasonló látásmódja, ízlése van, melyet könnyen megismerhetünk platformjaikon keresztül és könnyen azonosulhatunk velük. A már jól ismert turisztikai látványosságok helyett betekintést engednek városuk igazi énjébe: kávézókba, galériákba, design-üzletekbe, take-away helyekbe. Ezáltal egyrészt lehetőséget biztosítunk a helyi képviselőknek, hogy vizuálisan megmutassák kedvenc helyeiket, másrészt pedig a turistáknak, hogy a helyiek magabiztosságával fedezzék fel a várost. A célunk e közösség építése, a városok számának bővítése, a lokációk frissítése. A vizualitáson túl, a funkcióra és a felhasználóbarát működésre fektettük a hangsúlyt, melynek megoldását az Instagram és a Google Maps ötvözésében találtunk meg.

/// Feladataim

A Local's Lore egy startup, melynek életében az első ötletelési fázistól jelen vagyok. Marketing stratégiáját építve, számszerűen látom, hogy milyen eszközökkel és milyen mértékben lehet elérni a célközönségünket a különböző közösségi média felületeken (Facebook, Instagram, honlap). Startup lévén munkám egy része szponzorációs és partneri javaslatok kidolgozásával telik továbbá kapcsolattartás a városok képviselőivel és mind a nemzetközi, mind pedig a haza sajtó munkatársaival.

/// Értékelés - személyes fejlődés

- Szakmai kihívás, tanulás lehetősége
- Részvétel egy startup működésében az első ötleteléstől kezdve
- Tapasztalatszerzés a marketing briefek írása, a kreatív kampányok kidolgozása és a tárgyalás terén
- Nemzetközi gondolkodásmód
- Digitális marketing terén szerzett ismeretek

Kihívás: priorizálás, időmenedzsment, "freelancer lét"

Tanulság: a "saját utam" megtalálása (proaktivitás, nemzetköziség, fejlesztés)

Értékelés, személyes fejlődés ///

/// Kompetenciák

- Kiskereskedelemben szerzett jártasság (B2B, B2C) - MONO, Nanushka
 - Vezetői készség (felelősség elfogadása) - MONO
 - Közösségi média, ill. digitális marketing területén szerzett jártasság - MONO, Nanushka, LSL
 - Önálló gondolkodásmód - MONO, LSL
 - Interkulturális skill + gondolkodásmód - LSL (nemzetközi tanulmányok, erasmus)
 - Stratégiai gondolkodás - LSL
 - Proaktivitás - MONO, Nanushka, LSL
 - Lojalitás - MONO
 - Márkaépítés - MONO, LSL
 - Csapatmunka - MONO, Nanushka, LSL
- + Saját magam fejlesztése, komfortzóna feszegetés (workshopok és kurzusok):
Circular Economy - MOME, Visual Storytelling - MOME, Open Source Design - MOME, Social Architecture - Hello Wood - MOME, Open Design Workshop - ELISAVA, Business Communication in Intercultural Environment - MOME

/// Kihívás

- Időmenedzsment: részmunkaidős állások, projektek, egyetemi órák futása egyidejűleg, ezek összehangolása, prioritizálás