

Marc BÉNIER, generálny riaditeľ Peugeot Slovakia od 1.9.2011

Narodený 10 február 1970

Profesionálne skúsenosti

Automobiles Peugeot, Direction Marketing a Communication, Paris.

Od sept. 09

Zodpovedný za medzinárodné trhy .

Zodpovedný za trhy mimo Európy v oblasti : cena/produkt značky Peugeot so zameraním sa na ciele tak z hľadiska objemov predaja, rentability ako aj spokojnosti klientely. Manažment tímu zloženého zo 6 manažérov zodpovedných za jednotlivé trhy so sídlom v Paríži a funkčné riadenie tímov zodpovedných za trhy so sídlom v Rio de Janeiro pre Latinskú Ameriku a v Šanghaji pre Čínu.

Automobiles Peugeot, Direction Opérations Internationales, Paris.

mar.07 – aug.09

Riaditeľ pre Zónu Turecko, Balkánske krajiny, Izrael, Palestína.

Zodpovedný za plnenie kvalitatívnych a kvantitatívnych cieľov v rámci danej zóny. Výsledkom v tomto období : rýchly nárast aktivít v Turecku, konsolidácia v Izraeli a na Balkáne, uvedenie nových aktivít v Palestíne a v Kosove. Riadenie 4 osôb.

Peugeot Polska, Varšava (Poľsko).

dec. 03 – feb. 07

Marketingový riaditeľ

Definícia a uvedenie produktovej ponuky, komunikačnej stratégie a vzdelávacieho obchodného programu umožnili spoločnosti Peugeot Polska dosiahnuť svoje ciele v oblasti predaja osobných,úžitkových ako aj náhradných dielov, rentability, imidžu a spokojnosti klientely. Riadenie a animácia tímu s počtom 15 ľudí.

Peugeot Berlin Brandenburg GmbH, Filiálka priamych predajov v Berlíne (R.F.A.)

júl 01 - nov.03

Riaditeľ pre predajné centrá v Potsdame (otvorenie v máji 2003) a v Teltowe.

Riadenie dvoch integrovaných prevádzok (predaje OA, ÚA a ND + popredajný servis)
Operačné zloženie a otvorenie predajného miesta v Potsdame (nábor a vytvorenie 13-členného tímu, spolu so všetkými pridruženými aktivitami vrátane reklamy) v paralele s vytvorením tímu 13 osôb v centre v Teltowe, vo vzdialenosti 10 km (20 spolupracovníkov).

Peugeot Deutschland GmbH, Sarrebruck (Allemanje).

marec 98 – jún 01

Riaditeľ oddelenia stratégií Cena, Produkt, Trh.

Podiel na definícii stratégie produkt, cena a prostredie Značky v Nemecku. Aplikácia stanovenej politiky v spolupráci Obchodnými riaditeľstvami a aktivitami popredajného servisu. Práca a riadenie v tíme 9 ľudí.

Automobiles Peugeot, Riaditeľstvo pre produkty , trhy a programy, Paris.

júl.95 – feb 98

Riaditeľ pre trhy Nemecko & Holandsko.

Sledovanie vývoja automobilového trhu a konkurencie. Definícia koordinácia v rámci ostatných riaditeľstiev v rámci oblasti cena/ produkt.

Peugeot Deutschland GmbH, Regionálne riaditeľstvo Berlín (Nemecko).

nov.93 – júl. 95

Finančný radca pre skupinu 80 koncesionárov v oblasti Brandebourg a Saxe-Anhalt.

Uvedenie a sledovanie analýz, definícia a aplikácia programov na zlepšenie rentability koncesíí, tvorba a sledovanie investičných projektov, riadenia a subvencií

nov.92 – nov. 93

Asistent riaditeľa pre rozvoj obchodnej siete Východ

Účasť na definícii stratégie implantácie, náboru koncesionárov, uvedenie programov subvencií na investíciách

Jazyky

nemčina:

nemčina bola môj hlavný vyjadrovací jazyk od novembra 1992 do júla 1995 a potom od marca 1998 do novembra 2003. Priebežne pracujem na jeho udržiavaní.

angličtina:

skúška TOEIC : 990 (marec 2011). Angličtine som sa venoval od mala až do univerzitných čias, kedy som v tomto jazyku aj študoval.

poľština:

bežná konverzácia..

holandčina:

základy

VZDELANIE

1988 – 1992: **Ecole Supérieure de Commerce de Paris (ESCP).**
Hlavné zameranie : marketing. Doplnkové : „Consultant“.
Profesionálne stáže v oblasti „marketing“:
Jan.- Marec 1992: Nestlé-Rowntree S.A., Lognes (Francúzsko) : produktové riadenie
Apríl.- Jún 91: Peugeot-Talbot Austria, Vienne (Rakúsko) : štúdium trhu.
Júl.- Sept. 90: Jules Roy S.A., Tananarive, Madagaskar : analýza trhu
Profesionálna stáž „communication“:
Júl.- Sept. 91: Automobiles Peugeot, Riaditeľstvo pre náhradné diely, Cergy (France).

1987 – 1988: **Lýceum Louis-le-Grand, Paris.**
1987: **Baccalauréat, seria C.**

ROZNE:

šport: VTT, turistika.
Muzika : francúzske piesne 70.rokov