



Twój pomysł na nowy produkt IKEA

Trwa konkurs „Produkt jakiego jeszcze nie było” w ramach którego IKEA zaprojektuje, wyprodukuje, a następnie wprowadzi do sprzedaży przedmiot sygnowany nazwiskiem osoby, której pomysł zwycięży. Autor najlepszego konceptu otrzyma również 10 tys. zł oraz możliwość odbycia stażu w dziale sprzedaży i udziału w procesie produkcji. To pierwsza tego typu inicjatywa IKEA w Polsce i innowacyjny sposób na przyciągnięcie do firmy młodych ludzi debiutujących w świecie biznesu. Zgłoszenia można przesyłać do końca stycznia 2016 r.

Konkurs „Produkt jakiego jeszcze nie było” jest otwarty dla studentów wszystkich kierunków. Jego celem jest przybliżenie konceptu IKEA młodym ludziom wchodzącym na rynek pracy. IKEA czeka na pomysł, nie na gotowy projekt produktu. Firmie zależy na zainteresowaniu konkursem osób o profilu przedsiębiorcy, które w przyszłości chciałyby podjąć wyzwania w obszarze sprzedaży. Na laureata konkursu czeka staż w dziale sprzedaży i udział w procesie projektowania, produkcji i wdrażania do sklepów.

Szwedzki design made in Poland

Konkurs jest przełomowy z wielu powodów. Wszystkie produkty z oferty IKEA projektowane są w kolebce firmy w Szwecji, a dopiero produkcja realizowana jest w konkretnych krajach. Polski oddział IKEA zrobi wyjątek dla zwycięzcy konkursu i do lokalnych sklepów wprowadzi limitowaną edycję produktu, którego koncepcja narodzi się nie w Älmhult, ale nad Wisłą. Jest to wyjątkowa, jednorazowa akcja na rynku polskim.

*Oceniając pomysł z pewnością będziemy brać pod uwagę uwzględnienie zasad, którymi kieruje się IKEA. Liczymy na wiele ciekawych i kreatywnych konceptów, ale chcemy wyłonić ten, którego autor w pełni nas rozumie. W IKEA już na etapie projektu określana jest cena produktu, dobierane są najbardziej trwałe i przyjazne środowisku surowce. Cała produkcja jest w naszych rękach, więc mamy na nią wpływ na każdym jej etapie – mówi **Hugo Asplund, Country Sales Manager IKEA Retail** i dodaje: *Nie tylko dbamy o jakość produkcji i warunki pracy osób u nas zatrudnionych, ale również kładziemy ogromny nacisk na racjonalną dystrybucję, czyli nie „wożenie powietrza”, ograniczanie niepotrzebnych kosztów czy zanieczyszczeń. Wszystkie te czynniki będziemy oceniać w nadesłanych zgłoszeniach konkursowych. To ciekawe wyzwanie dla uczestników, a dla nas zadanie, z którym mierzymy się na co dzień w IKEA.**

IKEA poszukuje innowacyjnych, ale przede wszystkim dobrze przemyślanych pomysłów na produkty. Autorzy muszą wykazać się nie tylko kreatywnością, ale także pełnym zrozumieniem potrzeb klientów i ich życia w domu czy w pracy. Zgłoszenia konkursowe wcale nie muszą zawierać pomysłu na produkt uniwersalny. Wystarczy, że będzie miał jasno określoną grupę docelową, która będzie na tyle szeroka, żeby zapewnić mu sukces komercyjny.

*W IKEA w Polsce, czuwamy nad całym procesem produkcji - od momentu jej rozpoczęcia, aż do chwili gdy gotowy produkt trafia do domu kolejnego zadowolonego klienta. Dzięki temu mamy pewność, że przedmioty sprzedawane w sklepach IKEA spełniają nasze wymagania, czyli łączą w sobie funkcjonalność, dobre wzornictwo i jakość, sprawiając, że domowe życie wielu ludzi staje się lepsze. – mówi **Michał Pióro, Country HR Manager IKEA Retail**. I dodaje: *Zwycięzca konkursu będzie miał wyjątkową szansę**

poznać nasz unikalny model biznesowy z bliska, mając wpływ na realizację swojego pomysłu od początku do końca

Dynamiczny rozwój IKEA w Polsce powoduje, że firma nieustannie poszukuje młodych, zdolnych osób nie tylko do centrali w podwarszawskich Jankach, ale również w różnych lokalizacjach, gdzie otwiera, lub planuje otworzyć nowe sklepy. Konkurs ma pokazać potencjalnym kandydatom unikalny model biznesowy, który odróżnia IKEA od innych firm z branży i pozwala tworzyć wyjątkowe miejsce pracy.

W tym roku IKEA organizuje łącznie trzy konkursy w ramach projektu „Studenckie metody”. Studenci szkół artystycznych mogą sprawdzić się projektując pokój dzienny, który spełni oczekiwania całej rodziny. Natomiast trzeci konkurs został stworzony dla każdego, kto potrafi wcielić się jednocześnie w rolę sprzedawcy i klienta. W ramach zadania należy zaprojektować proces zakupowy, który pokaże krok po kroku drogę klienta od wyboru do zakupu. Zgłoszenia do wszystkich trzech konkursów można nadsyłać do 31 stycznia 2016 r.

Zapraszamy do udziału w przygodzie związanej z wprowadzaniem nowego produktu do sprzedaży w IKEA, a także do wzięcia udziału w pozostałych wyzwaniach. Szczegóły wszystkich konkursów IKEA dla studentów znajdują się na stronie www.studenckiemetody.pl

Nazwa marki IKEA to akronim – skrót utworzony z pierwszych liter imienia, nazwiska oraz nazw farmy i parafii, skąd pochodzi założyciel firmy (Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd).

IKEA jest innowatorem oraz doradcą w zakresie wyposażenia wnętrz, którego celem jest tworzenie lepszego życia na co dzień dla wielu ludzi. IKEA jest godną zaufania, stabilną finansowo i stale rozwijającą się firmą. IKEA w Polsce posiada obecnie dziewięć sklepów, które w roku finansowym 2015 odwiedziły ponad 24 miliony osób. Ponadto, poprzez IKEA Centres Poland S.A., firma zarządza ośmioma parkami oraz centrami handlowymi. W Jarostach koło Piotrkowa Trybunalskiego zlokalizowane jest Regionalne Centrum Dystrybucyjne, które obsługuje sklepy IKEA w Polsce, Czechach, Słowacji, Rumunii, Bułgarii i na Węgrzech. Biuro Zakupów współpracuje z producentami mebli i artykułów wyposażenia wnętrz w regionie Europy Centralnej, dostarczając je do sieci IKEA na całym świecie. W 13 lokalizacjach w Polsce znajdują się tartaki i fabryki mebli oraz komponentów meblowych IKEA Industry, w których pracuje ok. 10 tys. osób.

Dodatkowych informacji udzielają:

Katarzyna Balashov
Dyrektor Komunikacji Korporacyjnej – grupa IKEA w Polsce
Tel.: +48 22 711 23 59
E-mail: katarzyna.balashov@ikea.com

Kaja Piekarska
Account Executive - Grayling Poland
Tel.: +48 601 901 805, +48 22 536 04 50
E-mail: kaja.piekarska@grayling.com