

„Puno truda, strpljenja i hrabrosti“ – magazin BIZ LIFE, 16.7.2015.

## KORPORATIVNI INTERVJU



## Puno truda, strpljenja i hrabrosti

Nijedan uspeh, pa tako ni poslovni, ne dolazi preko noći

**BILJANA JOVANOVIĆ**  
VLAŠNIK I DIREKTOR MODNE KUĆE LUNA

**P**ut razvoja jedne modne kuće u poslednje dve i po decenije na prostorima Srbije, nije nimalo lak. Ipak, Biljana Jovanović, vlasnik i direktor modne kuće Luna, to nikada nije posmatrala kao problem, već kao izazov.

„Nastojala sam uvek da pronađem rešenje koje je u tom trenutku bilo najadekvatnije sledeći svoje instinkte. Jednostavno, ukoliko mi se nešto čini ostvarivim i verujem da će doneti rezultate, to i uradim, bez obzira na to što mi možda drugi sugerišu da rizikujem. Što, naravno, ne znači, da druge ne pitam za savet. Naprotiv.“

Ideja vodilja prilikom stvaranja modne kuće Luna bila je i ostala ista - kreiranje i proizvodnja odeće za žene, koja će istovremeno zadovoljiti estetsku formu i aktuelne modne trendove, ali nikako na uštrb udobnosti i kvaliteta. „Prepoznavanje potreba naših kupaca za lepom, kvalitetnom i udobnom garderobom i pronalaženje načina za njihovo zadovoljenje ključ je uspeha naše kompanije“, kaže Jovanović.

• **Koliko je jednoj ženi teško da se izbori na tržištu tekstilne industrije i posluje na ovim prostorima?**  
- Činjenica je da su čak i danas u 21. veku prisutne predrasude na

temu žena u biznisu, i to ne samo u Srbiji, već i šire, u šta sam se i sama uverila. Međutim, ukoliko ste posvećeni poslu do kraja i spremni da se suočite sa problemima, prelazite svaku prepreku.

U svom svakodnevnom radu dajem doprinos jačanju ženskog preduzetništva, jer Luna jeste modna kuća koja kreira za žene i u izuzetno visokom procentu zapošljava žene. Takođe, kroz našu akciju 'Najbolje - Najboljima' stimulišemo maturantkinje srednjih škola da rade na svom unapređenju i to je dokaz i kod tako mladih dama da žene mogu i jesu veoma dobre, čak i bolje u svemu što rade.

• **Poslujete u regionu, ali i u Skandinaviji. Da li je širenje poslovanja neophodno za dobar biznis?**  
- Širenje poslovanja nije neophodno za dobar biznis, ali može da bude jedan od razvojnih segmenata kompanije. Bitan je kontinuirani razvoj poslovanja kroz unapređenje kvaliteta proizvoda i usluga, pa i kroz širenje na druga tržišta. Luna je jedna od vodećih modnih robnih marki na tržištu Srbije, Crne Gore, Bosne i Hercegovine, Slovenije, Hrvatske, Norveške, Makedonije, Slovačke i Švedske, sa tendencijom daljeg širenja.

Zadovoljan kupac nam je impe-

rativ u radu, pa je dobar plasman naših modela na tržištu Evropske unije svakako i pokazatelj naše istrajnosti u kreiranju kvalitetnih, elegantnih i udobnih modela za modernu poslovnu ženu.

Ujedno, posvećivanje svojim zaposlenima i njihovo stimulisanje i unapređenje u radu je veoma bitno za napredak jedne kompanije. Ljudi su naš najbitniji faktor razvoja, jer bez ovakve podrške i posvećenosti zaposlenih, kompanija ne bi mogla uspešno da posluje.

• **Da sada počinjete iz početka šta biste promenili u svom radu, a šta biste uradili potpuno isto?**

- Teško je odgovoriti na ovo pitanje, jer odluke se donose u odnosu na okolnosti u datom trenutku. Ukoliko je nešto i učinjeno pogrešno, služi za nauku u budućim odlukama. Nikada ne gledam unazad, samo unapred. •

## Posle 25 godina

Luna danas izvozi preko 50 odsto svog asortimana, ima preko 170 stalno zaposlenih i isto toliko spoljnih saradnika. Osim sopstvenog lanca maloprodajnih objekata i proizvodnog prostora na više od 3.000 kvadrata, Luna je stabilan i uspešan poslovni sistem, koji je predvođen modernim menadžerskim i kreativnim dizajnerskim timom razvio franšizu na visokom nivou.



Tekst:  
**DANIČA GRUJIĆ**