

# Ioana Boștină

## FUTURE MARKETING

Firma de consultanță pe care a fondat-o în urmă cu șase ani a avut anul trecut o creștere de 65% a cifrei de afaceri.



<b>FUNCȚIE</b>	director general
<b>VÂRSTĂ</b>	28 de ani
<b>ACȚIONARIAT</b>	Ioana Boștină (99,9%), Sebastian Stroie (0,1%)
<b>CIFRA DE AFACERI 2010</b>	265.000 euro
<b>PROFIT 2010</b>	N/A
<b>ANGAJAȚI</b>	16

**A** crescut în perioada în care cei din generația ei voiau să facă marketing, comunicare, relații internaționale și recunoaște că o fascinează domeniul în care profesează grație interacțiunii dintre oameni. Firma pe care a fondat-o este, mărturisește chiar ea, „pariul cu mine însămi”: fiind o fire tenace, a vrut să-și amintească în fiecare zi că trebuie să profeseze în domeniul în care s-a pregătit „la școală”, „altfel toată facultatea și masterul care a urmat ar fi fost o pierdere de timp”. Pe de altă parte, mai spune ea, „la nivelul strict pragmatic, am înființat compania cu șase ani în urmă”, pornind de la constatarea că la vremea respectivă marile companii ce se pregăteau să intre sau abia intrau pe piața din România nu aveau o idee prea clară despre profilul clientului.

O altă gamă de informații care lipsea era felul în care românii interacționează cu personalul din punctele de lucru, fie ele magazine, birouri sau ghișee. „Ca să fiu sinceră, trăiesc în fiecare zi uimirea de a vedea câte lucruri am realizat până acum și câte mai

am de învățat în acest domeniu”. Este un domeniu care în alte țări se învață „din cărți”, cărți care în România lipsesc cu desăvârșire, explică Ioana Boștină.

Firma are acum 16 angajați și câteva mii de operatori-colaboratori în toată țara, iar anul trecut a înregistrat o creștere de 65% a cifrei de afaceri, „ceea ce este exceptional într-un an de criză”. Rezultatele se datorează însă și faptului că se ascute competiția între companii, care se luptă pentru clienții afectați puternic de criză economică. „Toate companiile mari au înțeles că îmbunătățirea felului în care interacționează direct cu clientul este esențială într-o asemenea perioadă, așa că am fost «omul potrivit, la locul potrivit în momentul potrivit»”, spune fondatoarea Future Marketing.

Cel mai greu moment din carieră, spune Ioana Boștină, a fost cel când a încheiat un contract cu o companie mare: „Era practic de 50 de ori mai mare decât ce făceam noi până atunci. L-am depășit muncind pe rupe zi și noapte timp șase luni”. După aceea experiență și-a dat seama că „putem, practic, orice...”. ■