

## מפגש עם מנכ"ל ויו"ר חברת קוקה קולה העולמית, מר מותאר קנט

מוכתר קנט, יו"ר ומנכ"ל חברת קוקה קולה העולמית קיים מפגש עם סטודנטים למנע"ס בפקולטה לניהול ע"ש קולר. המפגש התקיים בשיתוף פורום גלובל אפ ומכון אלי הורביץ לניהול אסטרטגי. בין אנשי העסקים שבואו לשמוע את קנט היו גם רוני קוברובסקי, נשיא קוקה-קולה ישראל, מיכאל שטראוס, גדי לסין, דן זיסקינד, סמי סגול, וזהר זיסאפל.

פרופ' אורלי יחזקאל, סגנית דיקן הפקולטה לניהול והמנהלת האקדמית של פורום גלובל-אפ, הציגה את קנט, שאמר כי מבחינתו, מפגש עם סטודנטים הוא השראה.

קנט החל את דרכו בחברה לפני כ-40 שנה בתור עוזר לנהג משאית, טיפס בהדרגה בסולם התפקידים, והגיע לתפקידו הנוכחי כיו"ר ומנכ"ל החברה. בהמשך השנה הוא יפנה את תפקיד המנכ"ל, וימשיך לטפל רק בנושאי האסטרטגיה והדירקטוריון, כיו"ר.

בראשית דבריו, הציג קנט את פעילותה של החברה הענקית. "יש לנו 25 מיליון נקודות מכירה, כמעט 1.9 מיליארד עסקאות מכירה בכל יום, 3,500 מוצרים, 550 מותגים וצי ענק של משאיות משלוחים". הוא אמר כי כוחה של החברה נובע משיתופי הפעולה הרבים שלה – עם חברות מקומיות, ספקים, ממשלות, אוניברסיטאות ועמותות שונות. "זה לא מספיק לתת ערך רק לבעלי המניות", אמר, "החברה צריכה לתרום לעובדיה, ללקוחות, לספקים, לשותפים וכמובן לחברה". לדברי קנט, הוא שם דגש גדול במהלך כהונתו על תרומתה של החברה לקהילה. הוא הדגיש כי החברה שמה לעצמה למטרה כמה מטרות מרכזיות - לפעול לקידום ה-WELL BEING בעולם, לחזק ולקדם נשים בקהילת העסקים, ולשמור על הסביבה.

### קשר מיוחד לישראל

לקנט קשר היסטורי מיוחד עם ישראל. אביו, שהיה דיפלומט טורקי בצרפת בימי מלחמת העולם השנייה, סייע בהצלת יהודים ממוצא טורקי ובחילוץ מהנאצים. "אני אוהב לבקר בישראל, כי אני תמיד לומד פה משהו חדש", אמר, "כמו שחברות חייבות לצמוח – כך גם אנשים". קנט, שמרבה לבקר בארץ, סיפר כי מבחינת החברה - ישראל היא "סוג של יהלום". לדבריו, ההישגים של החברה בישראל ושותפיה המקומיים, מהווים דוגמה למדינות אחרות, ולדרך שבה יכולה קוקה קולה להפוך לחברת משקאות מובילה.

קנט סיפר כי החברה מפעילה בישראל פרויקט מאיץ ייחודי בשם "גשר". במסגרת הפרוייקט, מקדמת קוקה קולה רעיונות ומיזמים מעניינים, שיכולים לסייע לחברה בעתיד. הוא סיפר כי ההצלחה של המיזם כה משמעותית, עד שהוא הזמין קולגות, כמו מנכ"ל וול מארט, לקחת בו חלק.

לאחר הרצאתו הצטרף קנט אל פרופ' ליאו ליידרמן, המלמד בתוכניות המנהלים של הפקולטה לניהול, והשיב לשאלותיו ולשאלות הסטודנטים.

### מסורת מול חדשנות

אחת הדילמות העיקריות שמאפיינות חברה ותיקה כמו קוקה קולה היא הצורך לאזן בין שמירה על המסורת לבין ההכרח בחדשנות. "אנו עושים כל העת מאמצים להתחדש – בשיווק, במוצרים, בטכנולוגיה, במודלים העסקיים, בתפעול", אמר, "מי שלא צומח – שוקע". הוא הדגיש את מאמצייה של החברה לייצר מבחר של מוצרים בריאים יותר, נטולי קלוריות שמבוססים על ממתקים כמו סטיביה. כדוגמה להתרחבותה של החברה לתחומים חדשים, מלבד המשקאות המקוריים שפרסמו אותה, הוא ציין שלחברה יש כיום 90 מיליון עצי תפוזים, ("בשטח בגודל של בלגיה") שמשמשים אותה לצרכי ייצור מיצים.

ביחס לתוכניות העתידיות של החברה, ציין קנט כי היא משקיעה לא מעט מאמצים בחידושים טכנולוגיים. החברה פיתחה מכונות חדשות אותן פרסה במסעדות בארצות הברית. "המכונות מבוססות על טכנולוגיה חדישה שמאפשרת להן להציע ללקוחות 130 סוגי משקאות שונים, במקום 6 כיום. הן מבוססות על שימוש בתמציות טעם מרוכזות ולא בסירופים כמו היום, ולכן הן גם מפחיתות משמעותית את הצורך בהובלת מכלי ענק לנקודת המכירה", סיפר קנט, שהוסיף כי החברה מתכננת להשיק גם מכונות שמבוססות על הטכנולוגיה הזו לצרכן הביתי.

ביחס לאתגרי העתיד, הדגיש קנט את הצורך במעבר משמעותי של החברה לעידן הדיגיטלי בכל האספקטים האפשריים. באשר לצרכנים ודרישותיהם, אמר כי הדור הנוכחי מתאפיין ברצון לבחירה רבה יותר מבין שלל אפשרויות, לצד דרישה לדיאלוג דו כיווני עם החברה. "כיום השיווק החשוב הוא לא מה אתה אומר עליך, אלא מה צרכנים אומרים עליך". קנט אמר כי החברה מבינה שבעבר הדור הצעיר כיום, "אופי החברה קריטי להצלחתה".

לסיום, כאשר נשאל אלו עצות הוא יכול לחלוק עם הסטודנטים הצעירים שנמצאים בתחילת דרכם, הוא הדגיש כמה נקודות שעוסקות בקשר עם אחרים: "לי תמיד עזר להיות אמפתי לאחרים, להקשיב לרעיונות שמגיעים מחוץ למעגל הקרוב שלי - ולא לאכול לבד צהריים...". ומה עוד? לדבריו, "כאשר אתה מנהל, חשוב לא להתנתק ולשמור על קשר ישיר עם נקודת ההשפעה שבה הלקוח פוגש את המוצר - ולכן אני מקפיד בכל שבוע לסייר בחנויות ובמסעדות, לפגוש מוכרים ולקוחות ולהתרשם מהמתחרים".