**Liderzy przyszłości podjęli wyzwanie w ramach Procter & Gamble CEO Challenge**

**Wcielić się w rolę CEO firmy, której produkty znajdują się w miliardach domów na całym świecie   
i poprawiają jakość codziennego życia – to główna idea globalnego programu P&G CEO Challenge skierowanego do studentów, pragnących w przyszłości podjąć karierę w międzynarodowej korporacji. Obecnie trwa jego piąta edycja i właśnie zakończył się środkowo-europejski etap programu, w którym uczestnicy  z Polski, Czech, Węgier, Ukrainy, Chorwacji i Słowenii podejmowali wyzwania, z jakimi na co dzień mierzą się managerowie koncernu.**

CEO Challenge to jeden z programów, dzięki którym studenci mają okazję poznać charakter pracy   
w międzynarodowej firmie z sektora FMCG, poddając próbie swoje umiejętności biznesowe i menedżerskie. W ramach obecnej edycji, do ich zadania należało stworzenie strategii rynkowej dla marki Oral-B ze szczególnym uwzględnieniem kwestii wpływu na środowisko naturalne. Podczas tego dwudniowego wydarzenia uczestnicy, podzieleni na kilkuosobowe zespoły mieli np. zaproponować rozwiązania, które na przestrzeni najbliższych lat pomogą zredukować odpady z tworzyw sztucznych.

W tych zmaganiach, studenci mogli liczyć na wsparcie doświadczonych managerów firmy, którzy pełnili m.in. rolę mentorów. Program uświetniły także inspiracyjne sesje „master-class”, przygotowane przez ekspertów z P&G, podczas których uczestnicy mieli okazję dowiedzieć się, jak zbudować markę osobistą, jak analizować dane pod kątem biznesowym czy zrozumieć, na czym polega psychologia zachowań konsumenckich   
w miejscu sprzedaży i dlaczego zrównoważony rozwój aktualnie jest jedną z kluczowych kwestii dla branży FMCG. Wszystko odbywało się w formie online, ale organizatorzy zadbali także o sesje networkingowe, podczas których można było wymienić się doświadczeniami, podzielić się opinią czy też po prostu umówić się na wirtualną kawę.

P&G organizuje CEO Challenge od 5 lat, a program cieszy się niezmiennie dużą popularnością wśród studentów i środowiska akademickiego. ,,Naszą motywacją do udziału w programie była możliwość poznania i współpracowania z najlepszymi managerami jednej z najbardziej popularnych firm na świecie. Ponadto, doświadczenie zdobyte podczas takiego wydarzenia, gdzie pracujemy na prawdziwych scenariuszach jest bezcenne” – powiedzieli studenci jednego z zespołów.

,,To była wyjątkowa edycja naszego wieloletniego programu. Po raz pierwszy w swojej historii P&G CEO Challenge odbył się całkowicie wirtualnie. Dołożyliśmy jednak wszelkich starań, aby spełnić cele tego programu – postawić przed uczestnikami niezwykle ciekawy, oparty o rzeczywistą sytuację ‘challenge’ oraz dostarczyć inspiracji i wiedzy podczas wirtualnych sesji z menedżerami firmy. Młodzi liderzy są dla nas inspiracją zarówno w kontekście biznesu, jak i dla naszej wspólnej przyszłości” - komentuje Justyna Rymkiewicz, Dyrektor ds. Komunikacji Korporacyjnej P&G w Europie Centralnej.

Do programu zgłosiło się ponad 70 kilkuosobowych zespołów, których reprezentanci pochodzili z 36 krajów, zaś w środkowo-europejskim etapie wystartowało 10 z nich, w tym dwa z Polski. Do europejskiego finału, który odbędzie się 25-26 marca, awansował jednak zespół z Czech, który następnie weźmie udział   
w globalnym finale organizowanym w Meksyku. Wydarzenie zostało zaplanowane na maj tego roku, a jego formuła będzie uzależniona od aktualnej sytuacji epidemiologicznej na świecie.

**O P&G:**

P&G posiada jedno z najbardziej rozbudowanych portfolio wiodących marek, które cieszą się zaufaniem konsumentów na całym świecie. Są to m.in: Always®, AmbiPur®, Ariel®, Bounty®, Charmin®, Crest®, Dawn®, Downy®, Fairy®, Febreze®, Gain®, Gillette®, Head & Shoulders®, Lenor®, Olay®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Tide®, Vicks® i Whisper®. P&G prowadzi działalność w około 70 krajach. Zapraszamy na stronę [http://www.pg.com](http://www.pg.com/), aby dowiedzieć się więcej o firmie P&G i jej markach.

Polska odgrywa istotną rolę dla globalnego funkcjonowania P&G. Zlokalizowane w Polsce fabryki – pieluszek Pampers w Warszawie, kosmetyków w Aleksandrowie Łódzkim oraz największa na świecie fabryka maszynek i ostrzy Gillette - mają  kluczowe znaczenie dla firmy. Warszawskie Biuro Główne P&G jest częścią regionalnej struktury Central Europe, która obsługuje 80 milionów konsumentów w 9 krajach regionu (Polska, Litwa, Łotwa, Estonia, Węgry, Czechy, Słowacja, Słowenia, Chorwacja). W Polsce zlokalizowano również centra usług, które wspierają jednostki spółki na całym świecie. Globalne Centrum Usług Biznesowych P&G w Warszawie (GBS) specjalizuje się w tworzeniu narzędzi i systemów wspomagających identyfikację produktów, planowanie łańcucha dostaw oraz rozwiązania w zakresie Business Intelligence i tzw. Big Data. Otwarte w 2013 roku Europejskie Centrum Planowania i Logistyki w Warszawie zajmuje się kompleksowym zarządzaniem łańcuchami dostaw na obszarze Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki.