

# TÖBB, MINT BORÁSZATI MARKETING



Az eredetileg szociálpolitikai végzettségű **VELÉNYI RÉKA ESZTER** 2014-ben kezdett el komolyabban foglalkozni borászattal. Férje vállalkozásában átvette a marketingfeladatokat, és közreműködésének is köszönhetően a márka ma már a legjobban ismert badacsonyi borok körében található.

Réka borász férjének köszönhetően került a borok közelébe. A már ekkor is egy jogvédő szervezetnél nagyadományozói managerként dolgozó hölgy 2014-ben, férje korábbi üzlettársának távozásakor lépett be aktívan a pincészet életébe, és új lendületet, másfajta ízt hozott a közös vállalkozásba. Érdekes adalék, hogy amiként a brandet, úgy Rékát is egyfajta jó értelemben vett kettősség, sőt sokszínűség jellemzi.

üzlettársa kilépett a cégből, egy pillanatig sem volt kérdés, hogy mi ketten visszük tovább a munkálatokat. Korábban is rengeteg energiát fektettünk a vállalkozásba, és azt is tudtam, hogy Baláznak ez az élete!”

Réka – szavaival élve – kettős életet él. A borászat mellett aktívan tevékenykedik business coach-ként is. „Nem gondoltam volna, hogy a járványhelyzet bizonyos értelemben még inkább értékeli ezt a munkát, de tapasztalatom azt mutatja, hogy jelen helyzetben egyre növekszik az igény az ilyen típusú professzionális támogatásra” – foglalja össze benyomásait. Ez a típusú mentorálás tökéletesen működik az online térben is, ami a coach számára könnyebbség, hiszen nincs fizikailag egy-egy régióhoz kötve.



## ÁLMUNK EGY OLYAN KÖZÖS TÉR, AHOL EMBER, BOR, ÉTEL ÉS KULTÚRA EGYSZERRE VAN JELEN

A **SKIZO** márkanév nem pusztán a boraikat jelenti, hanem egyfajta életérzést is. A badacsonytördemici vállalkozás életében a gasztronómia és a vendéglátás ugyanolyan fontos, mint a termék maga. Réka elsősorban a gasztronómiáért felel, de kiveszi a részét a borászat egyéb munkálataiból is. „A férjemmel közösen fogalmazzuk meg a Skizo illetve Sike Balázs pincéje stratégiáját, misszióját” – foglalja össze tömören munkáját a vállalkozónő. „Amikor

A vállalkozónő és férje egyaránt keresték azokat a lehetőségeket, ahol üzleti értelemben tovább képezhetik magukat, Réka ezt a lehetőséget a Budapest Bank vállalkozónők számára létrehozott Dobbantó programjában találta meg. „2018-ban végeztem el a Dobbantót. Ritkán adatik meg az ember életében az a luxus, hogy – a mindennapi feladatokból kilépve, napokon keresztül csak a saját vállalkozásának stratégiájával, missziójával tud foglalkozni” – emlékszik vissza a tréning idejére. Kiemeli, hogy a

képzés eredményeképpen megtanulta a különböző folyamatokat külön-külön kezelni, és rájött, hogy melyek a fejlesztésre szoruló részek a vállalkozásban. Réka azt vallja, hogy folyamatosan előre kell menni, de egyáltalán nem mindegy, ezt milyen ütemben, léptékben teszik. „Azt gondolom, hogy a mi esetünkben mindez emberközelebbi léptékben történik.”

A borászat esetében is megjelenik a kettősség: a 2010-ben SKIZO néven elindult, eredetileg is minőségi termékek számára kialakított brandet immár Réka aktív közreműködésével még magasabbra pozícionálták. A marketing mellett ezt a termőterületek gondos kiválasztásával igyekeztek elérni. „A környékünkön alapvetően kevés az eladó föld, s ami van, azt is aranyárban mérik. Ezért igyekszünk alapanyagainkat igényesen megművelni területeken magunk megtermelni, vagy hasonló szemléletű partnertől beszerezni.”

A Badacsony kiválóságának hirdetésére így született meg új márkaként Sike Balázs Pincéje, ami tulajdonképpen Balázs szelekciós sorozata. Integrált és önálló pincészet ez, amely az átgondolt tervezésnek és az infrastruktúra kiépítésének köszönhetően a szüreteléstől a kész borok kiszerezéséig a teljes borkészítési folyamatot kézben tartja. Mindezt a lehető legkisebb ökológiai lábnyommal és abszolút környezettudatosan. Minden folyamat helyben zajlik, ami nemcsak költségghatékony, hanem egyben hozzáadott érték is. Szigorú elvárásokat támasztanak boraikkal szemben. „A borunkban egyszerűen nincs, nem lehet kompromisszum. Ha valaki vásárol és felbont egy palackot, annak azt kell kapnia, amiért jött!”

Az idei évben férjével nagy fába vágták a fejszájukat, megvették a tördemici főutcán lévő volt Vendéglő épületét, amely új dimenziót nyit meg a borászat életében. Álmuk egy olyan közös tér, ahol ember, bor, étel és kultúra egyszerre van jelen. „Személyes vágyam, hogy működésünk fenntartható legyen, és megmaradjon a borászatunkra jellemző ember és vendég közeli attitűd a jövőben is. Legyen időm a borra, az ételre és arra az emberre, aki mellett ül. Ne sodorjon el bennünket a világ.”

