

Warszawa, 21 października 2021 r.

Jakie szanse i zagrożenia dla branży komunikacji marketingowej upatrują przyszli liderzy – uczestnicy programu Marketing Masterminds? Podsumowanie panelu dyskusyjnego IAA Polska

Panel dyskusyjny z udziałem uczestników programu lidereckiego Marketing Masterminds był wydarzeniem zwińczającym Walne Zebranie Wyborcze Członków IAA Polska. Managerowie i specjaliści reprezentujący reklamodawców, agencje i media mogli wysłuchać głosu przyszłych branżowych liderów na ważkie dla sektora komunikacji marketingowej tematy. W dyskusji moderowanej przez Jacka Olechowskiego, członka kapituły programu Marketing Masterminds i członka Rady Nadzorczej IAA Polska, paneliści starali się odpowiedzieć na pytanie, czego nie dostrzegają obecnie branżowi liderzy i na co powinni zwrócić szczególną uwagę.

W rozmowie udział wzięło czworo uczestników programu Marketing Masterminds: **Sylwia Tygielska** - Growth Director, Isobar Polska, **Karolina Zagórska** - Senior Brand Manager, Tymbark (Grupa Maspex), **Adrian Roman** - Senior MarTech Manager, MediaCom oraz **Radosław Wierzbiński** - Strategy and Innovation Director, Ringier Axel Springer Polska.

*- Marketing Masterminds to kolejne pokolenie przywódców. To oni decydować będą o kształcie przemysłu reklamowego. Ich optyka na wiele ważnych dla branży kwestii jest nieco inna niż obecnych CEO - nierzadko dostrzegają o wiele więcej. To pierwszy panel, ale z pewnością zorganizujemy kolejne, bo opinie przyszłych liderów, opinie Marketing Masterminds są bezcenne - podsumowuje **Jacek Olechowski**.*

Zapraszamy do obejrzenia około 25-minutowego nagrania z panelu, w którym Marketing Masterminds odpowiadają na ważne pytania: **Jak zarządzać zmianą, by się udała? Jak wprowadzać w organizacji innowacje i jak zająć się digitalizacją? Jak dostosowywać się do pojawiających się trendów konsumenckich, by nie zostać w tyle? Czy wreszcie: jakie cechy są najbardziej pożądane u menedżerów wyższego szczebla?**

Zobacz: <https://www.youtube.com/watch?v=6bUx2oPXRgw>

Celem programu Marketing Masterminds jest wszechstronne wsparcie w dalszym rozwoju marketingowych talentów. W trwającym dwa lata, bezpłatnym programie udział bierze 13 osób, wyłonionych w kilkuetapowej rekrutacji, przeprowadzonej przy wsparciu niezależnej agencji executive search, firmy Antal.

Uczestnicy programu reprezentujący media to **Olga Barańska** - Szefowa Zespołu Rozwoju Produktu Reklamowego/ TVN Media, **Agata Bartolik** - Industry Manager/ Google, **Maciej Osajda** - Client Service Director / Sponsorships/ Polsat Media Biuro Reklamy oraz **Radosław Wierzbiński** - Strategy & Innovation Director/ Ringier Axel Springer Polska.

Wśród reprezentantów reklamodawców znaleźli się: **Tomasz Kosko** - Head of Consumer Insight/ Polpharma, **Łukasz Papuda** - Global Digital Marketing Expert/ Allianz, **Rafał Szablicki** - Brand Business Director Skin, Deo, Body Poland & Baltic HUB/ L'Oréal Polska oraz **Karolina Zagórska** - Senior Brand Manager/ Tymbark, Grupa Maspex.



Z grona pracowników agencji do programu wytypowani zostali: **Michał Bielecki** - Project Manager/ GroupM, **Anna Kuropatwa** – Strategy&Insights Director/ Havas Media Group, **Dominika Niekraszewicz** - Head of Business Development/ Salestube (Group One), **Adrian Roman** - Senior MarTech Manager/ Mediacom oraz **Sylwia Tygielska** - Growth Director/ Isobar Polska.

Na uczestników Marketing Masterminds czeka wiele rozwijających aktywności i możliwość zbudowania marki osobistej. Przed nimi mentoring uznanych marketingowych ekspertów, sesje know-how sharingowe i wyjątkowe spotkania „inside the boardroom”, podczas których branżowe autorytety dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem. Dotychczas odbyły się wydarzenia z udziałem **Katarzyny Kieli**, Prezes i Dyrektor Zarządzającej Discovery EMEA oraz **Wojciecha Sobieraja**, CEO Aion Banku.

Organizatorem Marketing Masterminds – pierwszego w branży komunikacji marketingowej programu liderkiego - jest IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy. Partnerami programu są Antal Polska, TVN Media, Grupa Mediacap i TikTok.

Więcej informacji o programie znaleźć można na stronie: <http://www.marketingmasterminds.pl>

Zapraszamy również do obejrzenia filmu - zbiorczej wizytówki uczestników programu:

<https://www.youtube.com/watch?v=1s8Z33nSOdc>

Organizator programu - IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy - jest częścią największego stowarzyszenia marketingowego na świecie, istniejącego od 1938 roku. W Polsce działa nieprzerwanie od 1993 r. i jest jedyną organizacją w kraju, która skupia przedstawicieli wszystkich uczestników procesu komunikacji reklamowej. Aktualnie jest ich ponad 130.

Stowarzyszenie jest platformą dialogu, formułowania potrzeb i podejmowania inicjatyw, dzięki którym rynek usług marketingowych może harmonijnie wzrastać i rozwijać się. Dzięki przynależności do Stowarzyszenia jego członkowie nie tylko wymieniają doświadczenia, ale też uczestniczą w działaniach na rzecz rozszerzenia swobody komunikowania się producentów i konsumentów, wpływają na kształt i jakość regulacji dotyczących całej branży marketingowej oraz kształtują wizerunek reklamy odpowiedzialnej społecznie i etycznej.

Oficjalna strona IAA Polska: www.iaa.org.pl

Kontakt:

Monika Strogulska-Dwojak

PR Manager

IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy

Tel. +48 507 977 686

e-mail: m.strogulska@iaa.org.pl