

OBRAZLOŽITEV KOMISIJE O IZBORU TREH NOMINIRANCEV ZA NASLOV MARKETINŠKI DIREKTOR LETA 2012

Komisija v sestavi dr. Maja Makovec Brenčič (EF in DMS), Milena Štular (SOZ in DMS), Peter Frankl (Časnik Finance), Iztok Sila (Mladinska knjiga založba), Simona Kruhar Gaberšček (Marketing Magazin), Sonja Šmuc (Združenje Manager), Iztok Verdnik (PRSS), Mojca Avšič (Mercator), Aleksandra Pisnik Korda (Ekonomsko-poslovna fakulteta) in Darko Dujič (DMS in Google) je izmed vseh prijav izbrala tri finaliste. Vsi kandidati so že s prijavo pokazali pogum, da izpostavijo svoje delo in uspehe ocenjevanju javnosti, kar je vrlina uspešnih.

Eva Aljančič, direktorica marketinga, Si.mobil d.d.

Si.mobil je na trgu prepoznan kot izjemno marketinško naravnano podjetje, v katerem je Eva dejavna že desetletje, najprej na področju tržnega komuniciranja, zadnja leta pa kot direktorica marketinga. Jasna marketinška strategija in sistematičnost marketinškega delovanja je vidna tako na korporativni kot izdelčni ravni, kar se kaže tudi v verodostojnih rezultatih, od povečanja povprečnega prihodka na uporabnika, povečanja celotnih prihodkov in tržnega deleža. Eva s svojo funkcijo pokriva izjemno široko področje, od produktnega marketinga, tržnega komuniciranja, CRM do celovite prisotnosti na spletu in družbenih omrežjih. Njeno delo zaznamujejo tudi razvoj novih produktov in širjenje ciljnih skupin, predvsem pa trajnostni razvoj in usklajenost blagovne znamke ter strategije podjetja. V preteklih letih je Si.mobil prejemal nagrade na vseh pomembnejših slovenskih festivalih. Eva Aljančič je močno vpeta v marketinški prostor kot predavateljica na marketinških dogodkih in kot članica stanovskih združenj.

Ladeja Godina Košir, direktorica marketinga in oglasnega trženja, Delo, d.d.

Ladeja je dolga leta izjemno dejavna v marketinški stroki in po njenem prihodu na Delo je zelo vidna sprememba v novi organizacijski strukturi, ko marketinški oddelek ni več razumljen le kot komunikacijska podpora, temveč nova organizacija marketing vključuje kot novo integrativno trženjsko enoto. V negotovih lastniških razmerjih in v okolju, ki tisku ni naklonjeno, je večanje tržnega deleža Dela in Slovenskih novic v zadnjem letu, pridobivanje novih naročnikov in povečanje dosega spletnih portalov še toliko bolj opazno. Z vključitvijo marketinške filozofije v korporativno strateško razmišljanje, načrtovanje in delovanje je Ladeji uspelo razširiti marketinško filozofijo tudi znotraj podjetja. V Delu pokriva zelo široko področje, saj poleg klasičnih marketinških funkcij (trne raziskave, razvoj novih produktov, upravljanje z blagovnimi znamkami, komuniciranje, odnosi z javnostmi, sponzorstva ...) skrbi tudi za trženje naklad in oglasno trženje. Ladeja kot predavateljica prenaša znanja na mlade generacije, je članica mnogih žirij, predavateljica na strokovnih dogodkih, mentorica in članica vodilnih organov v stanovskih združenjih. Je prejemnica številnih nagrad.

Matjaž Grm, direktor Direkcije prodaje in trženja, Adria Mobil d.o.o.

Matjaž je del ožjega vodstva in pokriva široko področje - marketing in prodajo. S svojim prihodom je vzpodbudil organizacijske spremembe v podjetju ter prispeval k vpetosti trženjske strategije kot pomembnega integrativnega dela korporativne strategije. Za podjetje Adria Mobil je značilna široka regijska prisotnost, kjer ima vodilni tržni položaj tako na slovenskem kot evropskem trgu. Matjaž je tako odgovoren za kar 30 trgov. Izstopajoča mednarodna vpetost podjetja zahteva od Matjaža iskanje inovativnih rešitev, ki se kažejo tudi v prenovljenem in razširjenem marketinškem spletu, večanju prepoznavnosti blagovne znamke ter zavidljivih poslovnih rezultatih. Podjetje Adria Mobil je tudi po zaslugi Matjaževih dosežkov prejemnik številnih nagrad za inovativne izdelke, najbolj izstopa nemško priznanje panožne revije ReiseMobil International (nagrada KönigKunde), ki kaže na uspešno kombinacijo odličnega izdelka in dobro zasnovane marketinške strategije. Matjaž s svojim zgledom in motivacijo spodbuja zaposlene na vseh ravneh podjetja k marketinškemu razmišljanju ter na ta način tudi spodbuja pravo mednarodno trženje.