

Warszawa, 28 czerwca 2021 r.

Poznaliśmy 13 uczestników pierwszego programu liderkiego w branży komunikacji marketingowej: Marketing Masterminds

IAA Polska zakończyło rekrutację do programu liderkiego Marketing Masterminds. Kilkuetapowy proces selekcji, przeprowadzony we współpracy z partnerem executive search, firmą Antal, pozwolił wyłonić spośród 119 zgłoszonych kandydatów, 13 najlepszych z najlepszych – przyszłych liderów branży komunikacji marketingowej. Celem programu jest bowiem wskazanie marketingowych talentów i wszechstronne wsparcie ich w dalszym rozwoju.

Kandydatów do programu nominować mogli jedynie członkowie IAA Polska Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy – organizatora przedsięwzięcia. W kolejnym etapie, na podstawie analizy formularzy zgłoszeniowych i CV, wytypowanych zostało 35 osób do przeprowadzenia zaawansowanej diagnozy kompetencji w oparciu o profesjonalne narzędzie psychometryczne i wywiad. Ostateczna decyzja o wyborze uczestników programu podjęta została przez Kapitułę na podstawie rekomendacji partnera executive search. Przeanalizowano dotychczasowe sukcesy kandydatów w roli lidera innowacyjnych projektów i ich zaangażowanie w rozwój organizacji oraz w inicjatywy branżowe. Finalnie do bezpłatnego, dwuletniego programu, zakwalifikowanych zostało 13 osób, pracujących w branży komunikacji marketingowej, po stronie marketera, mediów lub agencji.

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 **Radostaw Wierziński** - 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.

Inauguracja programu Marketing Masterminds odbyła się w środę 23 czerwca 2021 r. Podczas wydarzenia uczestnicy poznali się wirtualnie, spotkali się z członkami Kapituły programu i członkami Zarządu IAA Polska, a także wysłuchali wystąpienia gościa specjalnego - **Katarzyny Kieli**, Prezes

i Dyrektor Zarządzającej Discovery EMEA. Skorzystali również z wyjątkowej okazji do rozmowy z gościem i do zadania swoich pytań.

W programie przewidziano wiele aktywności rozwijających kompetencje uczestników oraz wspierających budowę marki osobistej. Przed nimi mentoring uznanych marketingowych ekspertów i wyjątkowe spotkania „inside the boardroom”, podczas których branżowe autorytety podzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem. Ważną korzyścią dla uczestników będzie także feedback rozwojowy i diagnoza potencjału przywódczego, przygotowujące ich do roli liderów przyszłości.

– *Naszym celem jest zidentyfikowanie i wsparcie w rozwoju przyszłych liderów branży – osób, które już niebawem będą decydować o kształcie polskiego przemysłu reklamowego. Zależy nam bowiem na tym, by kolejne pokolenie przywódców było jak najlepiej przygotowane do tego, aby ten rynek kształtować* - podsumowuje **Jacek Olechowski**, Prezes IAA Polska i CEO Mediacap.

Organizatorem programu Marketing Masterminds jest IAA Polska Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy. Partnerami programu są Antal Polska, TVN Media i Grupa Mediacap.

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

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