

#ВДЪХНОВИТЕЛИТЕ: Епизод 9

Славяна Тошева

1. Какво е Вашето определение за репутация и нейното значение за компанията, в която работите?

Репутацията на една търговска марка е много повече от цялостната оценка на потребителите за дадена компания, продукт или услуга. Тя в жив организъм, който умее да разказва увлекателни истории, да привлича внимание и да участва в живота им, давайки стойност и изграждайки доверие. Една добра репутация на търговска марка е част от живота, не само на своите потребители, а на всеки, до когото се докосне. Ние, в Гранд Хотел Милениум София, често казваме, че всеки един от екипа е посланик на бранда, всеки спомага за добрата репутация и всеки един от нас е изключително мотивиран да “заема тази длъжност”, защото тя умее да се отблагодарява, при това с отношение. Едва ли съществува бранд мениджър, който да не е емоционално свързан с марката, която представлява. Аз не правя изключение, дори напротив, за мен задачата е дори по-отговорна, защото тази емоция трябва да бъде предадена нататък.



Славяна Тошева

Бранд Мениджър на най-новият 5-звезден архитектурен шедьовър - Гранд хотел Милениум София. Тя отговаря за изграждане на маркетинг стратегии, изследва и анализира пазарните тенденции и поведение на потребителите, ръководи кампании в социалните мрежи и отговаря за рекламата и връзки с обществеността. Славяна има над 12 години опит в областта на хотелиерството в направления продажби, организирани събития и управления на приходи. Фен е на търговски марки с характер и кауза, впечатлява се от малките жестове и обожава да кара сноуборд.

2. Какво е за Вас значението на комуникациите – вътрешни и външни, за репутацията на компанията / бранда?

Комуникацията е един от най-интересните фактори на човешката еволюция и самата тя еволюира. Важно е да умееш да комуникираш и да изразяваш себе си – само така можеш да бъдеш разбран и последван от съмишленици. В бизнеса не е по-различно – колкото по-добре умееш да използваш правилните изразни и визуални средства, толкова повече последователи ще има марката и респективно толкова по-добра ще бъде репутацията ѝ. Вярвам, че правилната комбинация от външна и вътрешна комуникация е силно конкурентно предимство и основен фактор за успех.

3. Три ключови думи (фрази) защо комуникацията е важна:

- Разпознаваемост
- Взаимодействие
- Доверие

4. Как виждате комуникациите след една година? А след 5?

С перспектива да еволюират с всяка следваща година. Вече сме свидетели на този процес, разликата е в скоростта, с която настъпва. Дигиталният ни начин на живот и дигиталните технологии предопределят хода на развитие и съответно в следващите 5 години очаквам 3D, VR и AR технологиите тотално да навлязат във всеки тип комуникация.

5. От какво зависи за Вас силата на работодателската марка? Дайте отговор в 3 думи (фрази):

- Коректност и уважение
- Насърчаване и развитие
- Искреност и доверие

6. Опишете екипа на Interimage

- Вдъхновяващи
- Подкрепящи
- Креативни