

# #ВДЪХНОВИТЕЛИТЕ: Епизод 13

## Анка Костова

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

За мен границата в разбирането между репутацията и доверието е много тънка, дори бих казала невидима. И двете се градят с постоянни усилия, изискват както целеустременост, постоянство, мотивация, така и много сила и смелост, за да ги създадеш, но най-вече – защитиш и опазиш. За всяка организация репутацията е от първостепенна важност и според мен тя започва отвътре, за да продължи навън. Всеки един служител със своята лоялност, със своето вдъхновение, със своя пример е посланик на организацията – на нейния дух, ценности, на нейната истинска стойност.

Организацията е като истинско живо същество и ако сърцето ѝ е лидерският екип, който като капитан на кораб определя посоката на плаване, то душата ѝ е екипът от професионалисти, които защитават справедливостта, честността и прозрачността.

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

Нека си зададем въпроса: „а, ако няма комуникации?“. Представете ли си хаоса, отчуждаването, загубата... Комуникацията е онзи невидим възел, който ни обединява, който ни мотивира и ни тласка чрез положителния пример да надминем себе си по пътя към успеха.



**Анка Костова**

Директор дирекция „Връзки с обществеността и протокол“ в Комисията за финансов надзор, Анка Костова е доказан PR експерт със значителен опит в комуникационния бизнес. Кариерният път на г-жа Костова преминава през някои от най-големите компании в България със силен превес в банковия сектор. В продължение на 6 години Анка е мениджър „PR и спонсорство“ в Обединена българска банка. Отговаряла е за корпоративните комуникации на Societe Generale Експресбанк и Софийска вода, част от Veolia. Реализирала е десетки успешни и мащабни PR кампании, отличени с наградите на българската PR общност. Освен богат практически опит, Анка Костова е и практик с редица академични специализации в областта на комуникациите.

### **3. Как виждате комуникациите след една година? А след 5?**

Наблюденията ми са, че комуникацията навлезе стремглаво в трансформация към дигитализация с поднесеното ѝ предизвикателство от пандемията COVID-19. Другата насока, която независимо от съкрушителния, негативен повод, в която комуникационните средства започнаха да се развиват е – по-хуманния и личностен начин за поднасяне на информацията. Всъщност човечеството се обеди в скръбта, но и в надеждата, и това доведе до по-лични и персонални послания, както между самите хора, така и в сърцевината на корпоративния сектор.

В следващите 5 години, считам, че комуникационните експерти ще бъдат изправени пред предизвикателства, първо да бъдат все по-технически грамотни, когато става въпрос до дигитални похвати, но и все по-иновативни и все по-конкурентни, за да намерят златното сечение между личното послание и дигиталния канал.

### **4. От какво зависи за Вас силата на работодателската марка? Дайте отговор в 3 думи (фрази).**

- От силата на екипа – работодателската марка е просто дума, ако зад нея няма истински професионалисти, които са горди, че са част от една организация.
- От истинските ценности – честните и открити отношения, спазване на поетите ангажименти и споделянето на добрите примери са основополагащи.
- От осъзнаването, че работодателската марка не е съществително, а динамичен и безкраен процес, който трябва да бъде постоянно поддържан, анализиран и развиван чрез открити комуникации.

### **5. Опишете екипа на Interimage**

- Иновативни и вдъхновяващи
- Сплотени и отдадени
- Талантливи професионалисти