

#ВДЪХНОВИТЕЛИТЕ: Епизод 14

Петя Галинова

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

Репутацията на една организация е като диамант – светещ, блестящ и много ценен. В момента, в който се появи по него дори и малка драскотина, той в голяма степен е загубил стойността си. Колкото и да се опитваш да го полираш след това, няма да е същият.

Advantage Austria е Стопанска камара на Австрия, организацията която представлява интересите на всички австрийски фирми. Това е много изискващо и поставя висока летва към всеки аспект на нашата дейност.

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

Безпроблемната и непрекъснатата вътрешна комуникация помага на екипа всички да гледат в една посока и да разбират правилно какви са фирмените цели, проекти и предизвикателства.

Без правилната външна комуникация няма да сме наясно на кого и какво искаме да кажем. Разбира се, трябва да имаме предвид, че това не е еднопосочен поток, а трябва и да слушаме много внимателно.



Петя Галинова

С дългогодишен маркетингов опит в FMCG и строителния сектор, Петя успешно съдейства на Advantage Austria/ Австрийска стопанска камара за непрекъснатото подобряване и разширяване на бизнес връзките между Австрия и България, организира разнообразни събития и консултира австрийски инвеститори с интерес към българския пазар.

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

- Представяне
- Общуване
- Споделено бъдеще

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

За една компания/продукт става все по-трудно да изпъкне в морето от алтернативни и атрактивни предложения, с което е заобиколен всеки потребител.

За комуникацията винаги ще бъде важно да спечели клиентите като фенове на продукта/фирмата и да бъде част от живота им.

Дано след 5г да сме взели най-доброто от сегашните предизвикателство, а не да сме се затворили в „новото нормално“.

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

Работодателската марка зависи от всеки в организацията, без значение от неговото ниво и роля в организацията. От това, което служителите споделят в неформален разговор с приятели и роднини, от това, което организацията излъчва като послания, от ежедневните решения и действия. Всичко е под лупа и влияе върху възприятието на хората към фирмата като работодател.

6. Опишете екипа на Interimage

- Вникване в бизнеса на клиента
- Креативност
- Опит