

Wraz z początkiem października rozpoczęła funkcjonowanie nowa jednostka w strukturze - dział marketingu. Stworzenie tej komórki wiąże się z zaktualizowaną strategią rozwoju firmy, która została zaakceptowana na wrześniowym spotkaniu głównych udziałowców. Prace zespołu marketingu będą skoncentrowane głównie na kwestiach promocji sieci, w tym przede wszystkim budowie wizerunku firmy oraz jej produktów.

W ramach aktywności promocyjnych wykorzystane będą wszelkie dostępne kanały marketingu. Szczególny nacisk zostanie położony na rozwiązania z obszaru PR oraz social media. Dodatkowo zespół będzie wspierać inne działy firmy: sprzedaży oraz witryn. Docelowo kompetencje działu zostaną poszerzone o obszar produktowy (R&D).

Dział marketingu prowadzi Jarosław Roszkowski, który jednocześnie pełni funkcję Członka Zarządu ds. Strategii. Roszkowski jest związany z branżą reklamową od 14 lat. Pełnił m.in. funkcję: dyrektora mediów w domu mediowym Starlink oraz Prezesa domu prasy regionalnej Mediatak. Autor i pomysłodawca cyklicznego raportu opisującego rynek reklamowy w Polsce, przygotowywanego przez Starlink. W lipcu 2010 roku został Członkiem Zarządu Ad-Vice, gdzie nadzoruje prace działu traffic oraz marketingu.

Do zespołu dołączyła Marta Grodner pełniąca funkcję specjalisty ds. marketingu. Grodner będzie wspierać proces realizacji przyjętej strategii marketingowej. Wcześniej pracowała w Dziale Badań Rynkowych w UPC Polska oraz w kreacji agencji reklamowej DDB. Współpracowała również ze studiem postprodukcyjnym Platige Image.

Ad-Vice