

Lo scorso novembre Prinx Chengshan Europe ha nominato Marina Mamojka, che non ha esperienza nel settore dei pneumatici, come direttore marketing.

Prima di entrare in Prinx Chengshan, Mamojka ha trascorso più di un decennio nell'ambiente dei media. Durante questo periodo è stata responsabile marketing e vendite nella principale televisione slovacca, lavorando anche per la radio e la stampa. Ha lavorato all'introduzione di un sistema di misurazione degli ascolti e alla prima serie di Slovakian Pop Idol. In qualità di Account Director nel branding, è stata responsabile per il lancio di Telefónica O2 in Slovacchia. Negli ultimi anni ha trascorso del tempo come consulente freelance nel campo del marketing, lavorando anche in stretta collaborazione con LEGO Group per il LEGO Festival, progetto introdotto con successo in un certo numero di paesi europei.

“Il mio obiettivo sarà sullo sviluppo a lungo termine del marchio. Mi focalizzerò su un chiaro posizionamento e sul trasmettere il contenuto che si trova dietro al brand, pensando anche un po' fuori dagli schemi, grazie alla mia esperienza lavorativa. Mi piacciono le sfide e l'industria del pneumatico ne offre davvero molte”, ha detto Marina Mamojka, che riferisce direttamente al direttore generale europeo Ivan Majsky.

© riproduzione riservata
pubblicato il 16 / 12 / 2016