

Irina Pencea se alatura echipei de management eMAG in rolul de Chief Marketing Officer

Dupa o perioada de dezvoltare accelerata, marcata de lansarea unor noi servicii adaptate nevoilor în permanenta schimbare ale clienților, eMAG își întărește echipa de management pentru a continua dezvoltarea companiei atât în România, cât și în Ungaria și Bulgaria.

Astfel, de la 1 iulie, Irina Pencea s-a alaturat eMAG pe poziția de Chief Marketing Officer, iar din acest rol coordonează strategia de brand și de marketing a eMAG și echipele de marketing din România, Ungaria și Bulgaria, dezvoltând competențe care sa raspunda planurilor de dezvoltare ale companiei. Irina vine la eMAG dupa o experiența de peste 23 de ani în marketing și comunicare, în care a contribuit cu pasiune la construcția mai multor branduri de succes din industrii variate, de la banking și ecommerce la retail și energie. Cu o pregătire academica în marketing, Irina și-a început cariera în publicitate în 1999, iar în ultimii zece ani și-a pus în practica spiritul antreprenorial punând bazele unora dintre agențiile de publicitate de succes din România. Înainte de a se alatura eMAG, Irina a fost CEO și co-fondator al Jam Session Agency, cea mai premiata agenție independenta de publicitate din România în ultimul an.

„Creșterea noastră accelerata s-a bazat în special pe dezvoltarea unor servicii proprii care sa-i ofere fiecarui client în parte o experiența buna de shopping, iar acest lucru a diferențiat puternic brandul eMAG în piața. Modul în care comunicam tot ceea ce facem pentru client și pentru comunitate, precum și percepția asupra brandului sunt piloni-cheie pentru a avea succes în continuare. Ne-am bucurat când Brand Finance ne-a declarat, în luna aprilie, cel mai valoros brand din România și tot atunci am anunțat noua viziune a brandului eMAG, dezvoltata împreuna cu agenția de comunicare Jam Session Agency, condusa de Irina Pencea, CEO și co-fondator. Lucrând cot la cot în definirea noii viziuni, am descoperit ca avem multe în comun: spiritul antreprenorial, atenția îndreptata catre client și catre așteptările sale și, nu în ultimul rând, dorința de a face lucruri cu impact major. Am încredere ca împreuna vom duce mai departe toate proiectele noastre astfel încât sa raspundem cât mai bine așteptarilor și nevoilor clienților noștri pe toate piețele unde operam,” a spus **Tudor Manea, CEO eMAG.**

„Drumul nostru comun a început acum doi ani, cu un parteneriat de comunicare prin care împreuna am crescut cu o viteza accelerata brandul Tazz, am lansat Freshful, iar în ultimele noua luni am lucrat îndeaproape la definirea și lansarea noii viziuni de brand pentru eMAG. Din iulie, predau managementul agenției catre partenerii mei din Jam Session Agency și ma alatur eMAG, unde am descoperit o echipa cu care împartașesc același spirit antreprenorial, curajul și curiozitatea de a descoperi noi teritorii și de a crea noi servicii și proiecte care aduc valoare tuturor stakeholderilor: clienți, colegi, acționari, comunitate. Noul slogan de brand „Cautarea nu se oprește niciodata”, noua platforma de sustenabilitate „Responsabilitatea noastră nu se oprește niciodata” sau campania „Educația nu se oprește niciodata” sunt doar câteva dintre proiectele care exprima noua viziune. Continuu pe acest drum, atât în România cât și în regiune, cu noi servicii, noi proiecte, care vor continua sa transforme viețile de zi cu zi ale clienților și care vor duce cel mai valoros brand din Romania și mai aproape de inimile oamenilor,” a spus **Irina Pencea, Chief Marketing Officer eMAG.**

În primavara acestui an, eMAG a lansat noua sa viziune de brand, prin care își propune sa puna la dispoziția oamenilor instrumentele necesare pentru a facilita progresul la nivel individual, dar și al societății, exprimat prin noul slogan de brand „Cautarea nu se oprește niciodata”.

Odata cu acest nou slogan, eMAG a lansat și noua sa platforma de sustenabilitate, marcata prin campania „Educația nu se oprește niciodata”. Campania și-a propus sa aduca în atenția publicului problema abandonului școlar, care afecteaza evoluția economica și sociala a țării, dar și sa aduca o recunoaștere profesorilor din programele de recuperare a materiei „Noua ne pasa” dezvoltate de Fundația Noua ne pasa, care îi învața pe copii

ca cea mai importanta lecție este aceea de a nu renunța. În urma campaniei derulate pe parcursul a doua luni, clienții eMAG au contribuit cu donații care vor asigura peste 5.900 de ore de educație remediala la matematica și limba româna pentru copiii cu risc de abandon școlar, prin programul „Noua ne pasa”, în anul școlar 2022/2023.