

All'inizio di quest'anno Bridgestone ha ristrutturato il team di marketing dell'Europa centrale, con 3 cambi di incarichi. Julia Krönlein è ora a capo del marketing per la regione e assume la responsabilità per tutte le attività di marketing e gestione del prodotto per il business dei consumatori nei mercati tedesco, austriaco e svizzero. Stefan Lamp è stato nominato responsabile marketing di prodotto per il settore consumer, mentre Christian Blazekovic è stato nominato responsabile del brand e della comunicazione per il segmento consumatore e commercial.

“Con Julia Krönlein siamo lieti di aver acquisito un leader esperto che migliorerà in particolare la collaborazione tra i singoli reparti all'interno del suo team”, commenta Niegsch, amministratore delegato di Bridgestone Central Region. Immediatamente prima di entrare in Bridgestone, Krönlein è stata brand and marketing manager di Stanley Black & Decker Deutschland GmbH, e prima ancora ha ottenuto esperienza nel settore dei pneumatici lavorando in Goodyear Dunlop.

Stefan Lamp è diventato product marketing manager nel settembre 2016, ma lavora in Bridgestone da più di 17 anni. Egli è responsabile della gestione del prodotto dal punto di vista strategico e tecnico, nonché della strategia “go-to-market” del produttore. Inoltre, si occupa anche dell'osservazione del mercato e dell'analisi della domanda, così come della gestione della qualità e del monitoraggio. Lamp è anche responsabile del coordinamento del team di servizio clienti. Egli risponde direttamente a Christophe Poméon, direttore di prodotti commerciali per la regione centrale di Bridgestone.

Dal 1° gennaio, Christian Blazekovic ha assunto il ruolo di responsabile del brand e della comunicazione all'interno della squadra di Krönlein, e in questa posizione attinge dalla sua esperienza ottenuta sia nella produzione che nel commercio. Prima di ricoprire questa nuova posizione, Blazekovic era a capo del marketing di First Stop Reifen Auto Service GmbH, e continuerà a servire in questo ruolo fino a che l'integrazione del business all'interno di PneuHage Partners Group GmbH & Co. KG non sarà finalizzato. Tra il 2000 e il 2013, ha ricoperto diversi incarichi in Bridgestone, anche nei reparti pubblicità, promozione delle vendite e gestione del prodotto. Egli ora supporterà Krönlein nei settori del brand, del commercio, degli eventi e del marketing on-line, così come nelle pubbliche relazioni.