



MAI PUTERNICI ÎMPREUNĂ

TRĂIM ÎNTR-O LUME  N CARE IMAGINEA ESTE, PRACTIC, TOTUL. IMAGINEA VINDE. ANUME DIN ACESTE CONSIDERENTE ESTE FOARTE IMPORTANT CA DE IMAGINEA UNEI INSTITUȚII, DAR, MAI ALES, A UNEI BĂNCI, SĂ SE OCUPE PROFESIONIȘTII. UNUL DINTRE ACEȘTI PROFESIONIȘTI ESTE ȘI RUXANDA CAPMARI, ȘEF DEPARTAMENT COMUNICARE BC „MOBIASBANCĂ – GROUPE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE”

Profit: Dnă Capmari, activați în cadrul Mobiasbancă de șase ani. Ce a devenit, între timp, pentru Dvs. această bancă?

R.C.: Am îndrăgit imediat acest colectiv t n r, curajos și dinamic. Am găsit o bancă în care ideile și inovațiile explodau. Deși banca nu era una foarte mare, aceasta era mereu prezentă pe piață. Cred că anume curajul și succesele au făcut-o să fie remarcată de către Societe Generale (SG), atunci c nd 5 ani în urmă a decis să vină în Moldova și a ales Mobiasbancă drept subsidiară.

Profit: Care sunt provocările, dar și responsabilitățile unui șef al Departamentului Comunicare?

R.C.: C nd am devenit parte a Grupului SG, am descoperit că este o practică în băncile străine de avea o subdiviziune separată pentru domeniul comunicării.  n experiența mea anterioară tot ce ținea de domeniul comunicării era parte a altor subdiviziuni (marketing, logistică, resurse umane, secretariat). Am constatat că p n  în 2007 am făcut comunicare fără să știu că o fac. Este un domeniu foarte vast. Chiar dacă prima asociație cu această denumire este PR-ul - acesta este doar o parte componentă dintr-un lanț de responsabilități. Ne ocupăm de tot ceea ce înseamnă imagine, comunicare instituțională, comunicare comercială, identitate vizuală și comunicare internă. Chiar și termenul de comunicare, în limba latină „communis”, are înțelesul de „a pune de acord”, „a fi în legătură cu”. Reieșind din această definiție cred că avem misiunea de a fi în legătură cu oamenii. Anume responsabilitatea pentru relația cu angajații, clienții, comunitatea face parte din provocările acestui post.

Profit: De ce calități este nevoie pentru a obține succes în domeniul comunicării?

R.C.: Simțul responsabilității. Analiza profundă: este important at t să intri în detalii, c t și să ai o viziune globală asupra subiectului. Polivalența: să știți să faci de toate. Să nu te pierzi la auzul cuv ntului „urgent”. Să fii organizat. Să ai o echipă pe care să te bazezi. Am avut întotdeauna norocul să am oameni talentați, deștepți și harnici l ngă mine.

Profit: Fiecare Departament din cadrul oricărei bănci consideră că anume el contribuie semnificativ la dezvoltarea instituției financiare. Care este contribuția Departamentului pe care îl conduceți la totalul activelor Mobiasbancă?

R.C.: Succesul unei organizații se bazează pe succesul fiecărei echipe, căci orice subdiviziune își are rostul ei. O bancă este foarte diversă în interior, este un mecanism foarte complex. Deseori  mi amintesc de romanele „Aeroport” și „Hotelul” de Arthur Hailey. Clientul îl vede pe consilier în fața sa, iar în spatele acestei relații este un efort al unei echipe întregi. Și echipa mea își are misiunile sale: de a informa, de se face înțeleasă, de a promova, de a gestiona componentele imaginii unei bănci.

Profit: Campaniile de publicitate ale Mobiasbancă sunt întotdeauna originale, interesante și care captează atenția publicului. Este acesta meritul specialiștilor locali sau mai mult al celor de la SG?

R.C.: Într-adevăr, suntem diferiți la capitolul comunicare și sunt m ndr  de aceasta. Avem acces la o experiență extrem de bogată, acumulată at t grație anilor, c t și varietății oferite de bănci din 85 de țări, parte a grupului. Totodată, avem multă libertate. A fi o bancă globală, dar a acționa local este unul din principiile de operare ale grupului. Foarte multe campanii și suporturi de comunicare sunt „fabricate în Moldova”. Suntem m ndri c nd ne laudă cineva munca, mai ales atunci c nd se crede că este primită de-a gata de la Paris.

Profit: La ce surprize se pot aștepta clienții Mobiasbancă în 2012 la capitolul comunicare, publicitate?

R.C.: Suntem în perioada de lansare a unei noi campanii de imagine, promovată la nivel global de către SG. Avem un slogan nou - „Dezvoltăm împreună spiritul de echipă”. Noua platformă de imagine se bazează pe ideea de echipă și de parteneriat. Suntem mai puternici împreună cu angajații noștri, cu clienții noștri, cu întreaga societate. ■

