

LE MARKETING DE MAZDA FRANCE RÉORGANISÉ

Saint-Germain-en Laye, 30/08/16



Suite au départ de Pierre de Villeplée, précédemment Responsable du Marketing de Mazda France, les activités Marketing sont redistribuées.

Organisés en deux Départements, les pôles Communication et Produit sont dorénavant rattachés respectivement à David Barrière et Laurent Hamard.

Cette nouvelle organisation va notamment permettre de regrouper l'ensemble des activités Presse et Communication au sein d'une même Direction.

La réorganisation entraîne les nominations suivantes :

Communication :

David Barrière devient Directeur Relations Extérieures et Communication. Cette Direction intègre les activités Presse et le nouveau Département Communication et Promotion des Ventes.

Guillaume Masset, précédemment en charge des Événements et du Parc Presse, devient Responsable du Département Communication et Promotion des Ventes.

Ce Département intègre les activités Communication, Promotion des Ventes, Réseaux Sociaux, Internet et CRM.

Par ailleurs, au sein du Département Presse, Guillaume Masset est remplacé par Jérémie Broyet, précédemment Responsable Relations Presse au sein de l'Agence AComm.

Jérémie Broyet devient Spécialiste Événement et Parc Presse.

Produit :

L'activité Produit est dorénavant directement rattachée à Laurent Hamard, Directeur Opérationnel, également en charge des Ventes et des Services à la clientèle.

Marie de Maudit, Responsable du Département Produit reporte dorénavant à Laurent Hamard.

Ce Département intègre les activités Marketing Produit VN, PR, Accessoires et Services.

Cette nouvelle organisation est effective au 1er septembre 2016.