

17.59x15.53	1	עמוד 14	גלובס - שוק ההון	15/02/2017	57250276-4
19פרברנדס - דירוג מותגים/סערן יסעור - מנהל פורום שיווק - 36423					



הפנים, האירועים והמינגלינג של עולם העסקים
/ שירי דובר - i_shiri@globes.co.il

הסודות של מאסטרו ליאון קופלר

מה הקו המנחה של יו"ר ובעלי רשת סופר־פארם?

(צילום: אורטל לביא)



ליאון קופלר, יו"ר ובעלי רשת סופר־פארם, היה האורח המרכזי בכיתת האמן הניהולית שערכו אתמול (ב') **אתי עמיטד** ו**ערן יסעור** מארגון Superbrands Israel, במלון קראון פלאזה, ברחוב הירקון בתל־אביב.

קופלר מילא את תפקיד "המאסטרו הניהולי", ופרש את משנתו בפני כ־30 סמנכ"לי שיווק בכירים חברי ה־CMO CLUB של ארגון Superbrands ישראל, בהם **עדי דיבובסקי**, מנהל שיווק קסטרו; **מיה אייזן**, סמנכ"לית שיווק קימברלי קלארק ישראל; **דינה זוארץ־נבות**, סמנכ"לית שיווק מזרח־טפחות; **טלי קידר**, סמנכ"לית השיווק של קבוצת אלקטרה ואחרים.

במהלך הרצאתו הזכיר קופלר את סרטון הווידאו של סימון סינג המדבר על דור המילניום ועל ההתמכרות למדיה חברתית ולטלפונים חכמים. הוא ביקש מהנוכחים להשקיט את הטלפונים ולהניח אותם מתחת לכיסאות. לדבריו, הוא החל ליישם גישה זו

זאת, הוא הבהיר כי "יש להם עדיין עוד הרבה מה ללמוד. כשאני ממנה מנהלים בסופר־פארם אני רואה לנגד עיני את טובת החברה ולא את טובת בני המשפחה שלי".

גם בישיבות ההנהלה של סופר־פארם כדי לוודא ריכוז מלא. קופלר לא חסך שבטו גם מדור ה־Y. הוא סיפר שילדיו הם בני דור זה והם מביעים רצון להשתלב בעתיד בסופר־פארם. עם