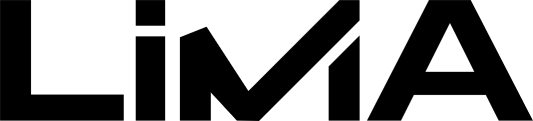
*Informacija žiniasklaidai* 

2025 m. balandžio 30 d.

**Vaida Jurkonienė paskelbta stipriausia Lietuvos marketingo vadove**

**Lietuvos marketingo asociacija (LiMA) konferencijos „LiMA CMO SUMMIT’25“ apdovanojimų vakarą paskelbė jau vienuoliktą kartą organizuotų „Metų CMO‘25“ rinkimų laimėtoją. Šiemet metų marketingo vadovo titulą pelnė „Telia Lietuva“ marketingo ir komunikacijos vadovė Vaida Jurkonienė. Konkurso organizatoriai taip pat paskelbė tris papildomas nominacijas, kuriomis įvertinti pasižymėję marketingo vadovai.**

„Vaida įrodė, kad šiuolaikinis marketingo vadovas ne tik siekia verslo rezultatų ar kuria prekės ženklą, bet yra ir visos organizacijos pokyčių architektas. Vaidos įgyvendinti pokyčiai gerokai peržengė marketingo ribas: jos vadovaujama klientų patirties transformacija, integruotos komunikacijos pertvarka ir pažangi duomenų analitika pavertė marketingą „Telia” veiklos ašimi. Demonstruota išskirtinė lyderystė rodo, kaip stipriai vienas žmogus gali pakeisti organizacijos kryptį. Nuoseklus technologijų įdarbinimas ir aiškus strateginis matymas išskiria Vaidą kaip vieną ryškiausių marketingo lyderių Lietuvoje”, – įteikdamas apdovanojimą sakė „Swedbank“ pardavimų valdymo ir rinkodaros departamento direktorius, „Metų CMO‘24“ Ąžuolas Zubkonis.

**Už išskirtinius pasiekimus įvertinti dar trys marketingo vadovai**

Papildomomis nominacijomis apdovanoti dar trys marketingo vadovai. Komisijos sprendimu, už metų proveržį įvertinta „Hostinger“ rinkodaros vadovė Kristina Strimaitė.

„Kristina geriausiai atspindi, kaip greitis, vidinė energija ir veržlumas gali lemti išskirtinius rezultatus. Tiek debatuose surinktos auditorijos simpatijos, tiek rinkimų komisijos įvertinimas atkreipė dėmesį į Kristinos tvirtą nuomonę, paremtą eksperimentais, aiškų fokusą į klientą bei išskirtinį greitį ir energiją”, – pastebėjo rinkimų komisijos narė, LiMA valdybos narė, „Metų CMO'23” Giedrė Vilkė, SMP.

Įvertinimą už metų transformaciją pelnė „Omnisend” marketingo vadovas Evaldas Mockus.

„Sėkmė aplanko tuos, kurie nebijo pokyčių. Tačiau tik patys sėkmingiausi lyderiai supranta, kad pokytis prasideda nuo jų pačių: požiūrio į esamą situaciją iš dar netyrinėtos perspektyvos, gebėjimo įkvėpti komandą kartu eiti pirmyn”, – teikdama nominaciją sakė „Southwestern Consulting” pardavimų ir lyderystės trenerė Kristina Malukaitė.

„Vertinant kandidatus atsiskleidė, jog stipriausi marketingo vadovai vis dar supranta, kad ilgalaikė verslo sėkmė negali būti pastatyta vien ant skaitmeninių srautų optimizacijos. Net ir šių laikų algoritmų pasaulyje galioja senoji taisyklė – žmonės perka ne tik produktą, bet ir jo istoriją, vertybes bei pažadą, kurį prekės ženklas įkūnija. Labai surezonavo Evaldo išsakytas suvokimas, kad vien veiklos efektyvumo rodikliais veikiantis marketingas pasiekia „lubas“ – efektyvumas ima mažėti, o iš išorės vis dažniau skamba klausimas „apie ką jūs iš tikrųjų esate?“. Dėl šios savirefleksijos ir požiūrio į subalansuotą marketingą jam buvo skirta „Metų transformacijos“ nominacija. Tai nėra tik apie vieno žmogaus augimą – tai apie visos industrijos tvirtą pagrindą, kur svarbu ne tik „kiek“, bet ir „kodėl“, – pažymi rinkimų komisijos narys, „Vilniaus pergalė“ marketingo vadovas Justas Razmus.

Nominaciją už strateginį marketingą atsiėmė Paulius Pocius, kuris 2023–2024 m. ėjo „PRO BRO Group” marketingo ir pardavimų vadovo pareigas, šiuo metu yra valdybos patarėjas.

„Paulius yra puikus pavyzdys, kaip marketingo vadovas pasitelkęs vartotojų tyrimus ir analitiką gali tapti verslo transformacijos varikliu“, – nominaciją teikdamas sakė „Norstat LT” vadovas Antanas Nasutavičius.

„Paulius pademonstravo, kaip praktikoje į vartotoją orientuota strategija, paremta tikslinga segmentacija ir modernia analitika, gali tapti verslo varomąja jėga, o marketingas – investicijų centru su aiškia grąža. Pauliaus gebėjimas balansuoti tarp analitikos, kūrybos ir prekės ženklo vystymo įkūnija tas marketingo kompetencijas, kurių visi norėtume siekti”, – pastebi rinkimų komisijos narė, LiMA valdybos pirmininkė, „Civitta” partnerė ir Rūta Gaudiešienė, SMP.

**Kandidatai išsiskyrė ne tik puikiais marketingo rezultatais, bet ir tvirta lyderyste bei puoselėjamomis vertybėmis**

Kandidatai į „Metų CMO’25” titulą buvo vertinami atsižvelgiant į tris pagrindinius aspektus: marketingo vadovo strategines ir veiklos srities kompetencijas, lyderystę ir vadovaujamo departamento efektyvumą 2024-aisiais metais.

„Metų CMO“ rinkimai ne tik įvertino individualius kandidatų pasiekimus, bet ir suteikė vertingų įžvalgų apie besivystančius įgūdžius ir kompetencijas, kurių šiandien reikalaujama iš rinkodaros lyderių. Visų kandidatų atsidavimas, strateginis mąstymas ir apčiuopiami rezultatai rodo gyvybingą ir progresyvią rinkodaros bendruomenę Lietuvoje”, – pastebi rinkimų komisijos narys, „Burga” finansų vadovas Emilis Gustainis.

„Dažnai sėkmė ateina tada, kai išdrįsti daryti kitaip – kažką išbandyti, išmokti, pergalvoti tai, kas atrodė savaime suprantama. Ir šiais metais būtent tai tapo bendra visų nominantų savybe. Laimėtojas ir visi kiti nominantai, patyrė tą ypatingą „wow“ momentą – kai keičiasi mąstymas, atsiranda naujas požiūris, o kartu su juo – augimas, stiprybė ir noras dalintis tuo su kitais.

Tie proveržiai buvo įvairūs: nuo gilesnio kliento kelionės suvokimo, iki gebėjimo atrasti pusiausvyrą tarp prekės ženklo kūrimo ir rezultatais grįsto marketingo. Buvo ir asmeninės lyderystės akimirkų – kai nuolankumas susitinka su įkvėpimu. Taip pat įspūdingai išsiskyrė greitis priimant strateginius sprendimus – ypač ten, kur dažniausiai jo pritrūksta”, – atskleidžia rinkimų komisijos narė, ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto docentė dr. Lineta Ramonienė.

Balandžio 4 d. „Metų CMO’25“ rinkimų komisija paskelbė stipriausių praėjusių metų marketingo vadovų dešimtuką.

Antrame rinkimų etape balandžio 15 dieną buvo organizuojamis atviri debatai su TOP 10 marketingo vadovų, todėl visi norintys galėjo artimiau susipažinti su stipriausių marketingo vadovų dešimtuku.

„Šiemet Metų CMO rinkimai pasipildė nauju etapu – gyvais vadovų debatais. Tai leido ne tik komisijai, bet ir plačiajai auditorijai išgirsti pretendentų į geriausius rinkodaros vadovus mintis ir argumentus”, – sako G. Vilkė.

**„Metų CMO’25“ rinkimų komisiją sudarė Lietuvos marketingo ir verslo lyderiai**

Kandidatus vertino marketingo ekspertų ir verslo lyderių komisija: „Metų CMO’24”, „Swedbank” pardavimų valdymo ir marketingo departamento direktorius Ąžuolas Zubkonis, SMP; LiMA valdybos narė, „Metų CMO’23” Giedrė Vilkė, SMP; „Google” vadovas Baltijos šalims Vytautas Kubilius; „Burga” finansų vadovas Emilis Gustainis; ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto docentė dr. Lineta Ramonienė; LiMA valdybos pirmininkė, „Civitta” partnerė ir Rūta Gaudiešienė, SMP; „Ogilvy” strategijos ir tyrimo skyriaus vadovė Daiva Plauškaitė-Camacho Andrade; „Baltic Sandbox Ventures” partneris ir direktorius, LiMA valdybos narys Andrius Milinavičius; „Master Class Lietuva“ vadovė Laura Duksaitė–Iškauskienė ir LiMA valdybos narė Indrė Pikturnienė.

**„Metų CMO’25“ rinkimus organizuoja Lietuvos marketingo asociacija (LiMA).**

LiMA vienija daugiau nei 1300 marketingo ir su juo susijusių sričių specialistų bei vadovų, o asociacijos skyriai veikia keturiuose didžiuosiuose Lietuvos miestuose: Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje ir Šiauliuose. Asociacija yra Europos marketingo konfederacijos (EMC) narė, atstovauja marketingo srities interesus Lietuvos vyriausybinėse institucijose bei švietimo sektoriuje, bendradarbiauja su kitomis organizacijomis ir vykdo tarptautinį marketingo specialistų ir vadovų sertifikavimą.

**Daugiau informacijos:**

Livija Kišūnaitė

+37069656667