



SZŐKE ÁGNES

Open Communications Kft.
*Alapító tulajdonos, ügyvezető és
üzletfejlesztési igazgató*



Vezetői tapasztalat

25 év üzletfejlesztési (kisvállalkozási) és vezetői tapasztalat

Szakterület / Kompetencia

Beruházás, fejlesztés, Családi vállalkozások, HR, Interkulturális kommunikáció, Kommunikáció, reklám, Leadership, Marketing, Minőségbiztosítás, Projektmenedzsment, Üzletfejlesztés, üzleti stratégia, Válságmenedzsment, Változásmenedzsment

Karrierje az 1996-os Millecentenáriumi év egyik kiemelt turisztikai eseményének megtervezésével és szervezésével kezdődött: ez volt az I. Lovas Világtalálkozó. Ennek keretében a márkaépítéstől kezdve, a nemzetközi kapcsolatok és kommunikáció (pl. brit, illetve az arab diplomácián keresztül Fülöp herceg és az arab hercegségekkel való kapcsolatépítés) terén egyedülálló tapasztalatokra tett szert, mely 2 éves előkészítés után egy megafesztivál megrendezésében csúcspontot ért el. Itt a projektmenedzsment képességek terén maximális sikert könyvelhetett el.

A turisztika nem, az országimázs annál inkább megfogta, és azóta is - kommunikációs szakemberként - folyamatosan jelen van szakmai karrierútján. Dolgozott Hankiss Elemérrel ebben a témában, de legutóbbi kezdeményezését is ez motiválta: életre hívta a smartfluencer márkát és eköré elkezdte felépíteni a Magyarországon még nem ismert Speakers Bureau műfajt. A kommunikáció területén több mint 25 éve dolgozó szakember viszonylag korán saját vállalkozásba kezdett, és megalapította az Open Communications-t. Olyan nemzetközi ügyfeleknek egyengette és egyengeti útját mind a vállalati krízishelyzetekben, mind pedig reputációjuk építésében, mint például a Procter&Gamble, a MARS, az IKEA, a Dreher, vagy számos gyógyszeripari vállalat. A kommunikációs stratégiák és a kreatív alkotás kiemelkedő szakembere, aki a vállalati célokra hangolódva játszik a kommunikáció eszköztárán, és alapozza meg az összhangot. A Purpose-driven szemlélet térnyerésével a kommunikációt a szervezet szerves egészeként tekinti, és a vezetői szemléletformálást és az employer brandinget is beépítve nyújt stratégiai tanácsadást többek között a Deloitte-nak is.

Vállalkozása a kezdetektől fogva a munkavállalók well-beingjére épített, ezzel már a '90-es évek végétől képviselve azt a szemléletet, amit a mai napig is vall: az embereknek jól kell érezniük magukat a munkahelyükön, ahol nem tölthetnek 8 óránál többet, és ezt igyekszik szigorúan be is tartatni. E Az üzletszerzés - és megtartás területén is nagy tapasztalattal bír: több válság alatt is sikerrel navigálta a céget a siker felé. Több mint 10 éve oktat. Kezdetben a Budapesti Kommunikációs Főiskolán (ma Metropolitan Egyetem), majd a Corvinus Egyetemen a mai napig. Jelenleg az ő kezdeményezésére és együttműködésével indul el Magyarországon elsőként a fenntarthatósági kommunikációs szakember képzés a 202/24-es tanévben a Corvinus új campusán.

„Ahogy az egyetemi óráim esetében, valamint a majd 30 éves szakmai pályafutásom alatt is, a gyakorlati és élményszerű tudásátadásban hittem/hiszek. De ahogy mondani szokták, az egy dolog, hogy tanítanak, de vajon tanul-e az ember abból, amit mondanak neki? Csak jár valahová, vagy értelme is van? Mert ahhoz, hogy beépüljön és a gyakorlatban is elkezdjük használni a hallottakat, azaz interiorizáljunk bármit, fontos, hogy saját magunk vigyük végig a gondolatot és a mentor támogasson, és csak a megfelelő pontokon lökjön tovább, így a sikerélmény és a tudás is a „tanulóé” lesz. Ezt a módszert alkalmazva jónéhány ma már megbecsült szakember nőtte ki magát mellettem, akik azóta már jobbak is, mint én magam. Ha ez így van, akkor sikerült a küldetésem, jól tettem a dolgom.”