

## **Oana Mirila, Senior Partner Mind the Gap Consultancy**

Oana este un fan al marketingului si al cercetarii de piata, al metodologiilor de investigare a comportamentelor si opiniilor consumatorilor si cumparatorilor. Cu o experienta de mai bine de 20 de ani în cercetarea de piata, Oana este o reprezentanta a primei generatii de cercetatori de piata din Romania post `90. Din cei 20 de ani, 16 sunt petrecuti ca Head of Qualitative Research în cadrul celei mai mari agentii de cercetare de piata din Romania – GfK Romania. Din 2018 a decis sa exploreze si calea antreprenoriatului, alaturi de 4 foste colege impreuna cu care a fondat Mind the Gap Consultancy.

Dintre lucrurile care dau consistenta background-ului ei, cele mai importante se leaga de identificarea oportunitatilor pentru implementarea si adaptarea unor metode de cercetare calitativa la specificul pietei si al consumatorilor romani, consultanta pe decizii de strategie si pozitionare de brand & portofoliu de produse, derularea de sesiuni de workshop de identificare a oportunitatilor strategice, de pozitionare si comunicare sau generare de insight-uri de produs si comunicare pentru parteneri din diverse industrii. Intre metodologiile la a caror implementare pe piata de research din Romania a contribuit sunt comunitatile online de mari dimensiuni (customers/angajati), sesiuni de psihodrama, eye-tracking sau folosirea arhetipurilor în intelegerea pozitionarilor de brand.

Aria de experienta în consultanță se refera la business-uri pe principalele pietę: Consumer Goods & Retail, Telecom&Technology, Media&Entertainment, Finance.