

El cambio de tono de Chris Bannister en su primera semana en WOM

La tercera temporada de Chris Bannister como CEO de WOM comenzó esta semana con un tono distinto. Su carácter confrontacional y disruptivo parece haber quedado atrás luego de que la firma se acogiera al Chapter 11 en abril del año pasado. Este lunes, retomó las riendas de la empresa con una postura más moderada.

Sin embargo, su activismo en redes sigue intacto. Esto quedó en evidencia esta semana en LinkedIn, luego de que la última publicidad de Entel se volviera el foco de conversación. En estos días, la firma sorprendió con una campaña en la vía pública sin promocionar sus productos, sino diciendo: "No somos la mejor compañía".

Esta estrategia ha generado un amplio debate en las redes con todo tipo de comentarios. El CEO de origen inglés no se quiso quedar atrás y en vez de refutar la campaña como podría haber hecho en el pasado, dijo: "Démosle un poco de crédito, Entel logró iniciar un debate y crear curiosidad, con un resultado bastante bueno".

Y no se quedó ahí, incluso elogió a la gerente de marketing corporativo en Entel, Romina Galatzan. "Me complace decir que Romina Entels (refiriéndose a Galatzan), jefa de marca, pasó cuatro años trabajando en Wom. También me alegro cuando ex womers muestran lo buena que fue su experiencia en Wom. Felicidades Romina que guarde la Pasión".

Tal como anticipó el nuevo presidente del directorio de la firma, Mauricio Ramos, Bannister "ahora ha madurado hasta comprender que se necesita un nuevo WOM para que esto siga adelante".

Finalmente el mensaje de Entel, que parece inconcluso en el primer cartel, fue complementado por el siguiente mensaje: "La mejor compañía son nuestros clientes".