**Łukasz Goździor awansuje na stanowisko Marketing Director w Inchcape Northern Europe Distibution**

**Łukasz Goździor, dotychczasowy Marketing Country Manager w Inchcape Polska, został dyrektorem marketingu w Inchcape Northern Europe Distribution. To kolejny awans Polaka w europejskich strukturach Inchcape PLC, największego niezależnego dystrybutora branży motoryzacyjnej na świecie.**

Goździor związany jest z Inchcape od kwietnie 2017 roku, kiedy to objął stanowisko szefa działu marketingu. Wcześniej odpowiadał m.in. za wdrożenie Strategii Marki Poznań oraz Konsorcjum Marki Poznań, będąc dyrektorem biura promocji Poznania. Był też dyrektorem fundacji Marka dla Polski. Posiadając ponad 15-letnie doświadczenie w marketingu, był odpowiedzialny za budowę strategii wielu marek, a jego dokonania zostały wyróżnione m.in. tytułem Dyrektora Marketingu Roku i jednego z 50 najbardziej kreatywnych ludzi w biznesie.

Jako Marketing Director Inchcape Northern Europe Distribution, odpowiedzialny będzie za strategię oraz zarządzanie działaniami marketingowymi kilku czołowych marek samochodowych reprezentowanych przez Inchcape w Europie Północnej, takich jak: Jaguar, Land Rover, Mazda, Ford i Mitsubishi. W Polsce stanowisko Marketing Country Managera w Inchcape Polska powierzono Wojciechowi Dopierała, dotychczasowemu koordynatorowi ds. marketingu w Inchcape Poznań.

W marcu przez europejską centralę firmy doceniony został Marcin Słomkowski, wieloletni prezes i dyrektor generalny Inchcape w Polsce, który awansował na stanowisko dyrektora zarządzającego dystrybucją na region Europy Północnej.

**Inchcape** to prestiżowa sieć dealerska obecna w Polsce od 2004 roku jako partner marek BMW, MINI oraz BMW Motorrad. Na polskim rynku sieć posiada swoje przedstawicielstwa w Warszawie, Wrocławiu oraz Poznaniu, a od swojego debiutu była wielokrotnie honorowana tytułami branżowymi, uzyskując m.in. 35 wyróżnień przyznawanych przez BMW Polska, w tym5 tytuły Dealera Roku***.*** Inchcape to również jedna z największych europejskich sieci dealerskich. Na całym świecie sprzedaje jeden samochód co 2 minuty, działając w 32 krajach na 5 kontynentach oraz reprezentując łączenie 25 marek motoryzacyjnych.