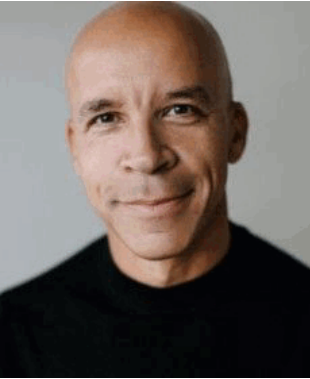


GREG HOFFMAN



**Global führender Marken-Experte
Chief Marketing Officer, Nike (2016-2018)**

Greg Hoffman ist ein global führender Marken-Experte, ehemaliger Chief Marketing Officer von Nike und Gründer der Markenberatungsgruppe Modern Arena.

Über 27 Jahre lang hat Greg Hoffman verschiedene Führungspositionen in den Bereichen Marketing, Design und Innovation bei Nike inne, unter anderem als CMO der Marke. In seiner letzten Position als Vice President of Global Brand Innovation bei Nike leitete er Teams, die die Zukunft des Storytellings und der Kundenerlebnisse für die Marke kreieren.

Während der fast drei Jahrzehnte bei Nike war er für die Markenkommunikation und -erlebnisse von Nike zuständig, etablierte sich als einer der herausragenden Marken-Storyteller unserer Zeit und als führender Innovator für digitale und physische Markenerlebnisse. Unter seiner Führung gewannen die Themen Gleichberechtigung, Nachhaltigkeit und Empowerment durch Sport bei Nike zunehmend an Bedeutung. Greg Hoffman hat seinerzeit auch eine bedeutende Rolle im Beirat des Nike Black Employee Network sowie als Mitglied des Nike Foundation Board of Directors, wo er sich ebenfalls leidenschaftlich für seine Herzensthemen einsetzte.

2015 ernannte ihn Fast Company zu einem der kreativsten Menschen in der Wirtschaft. Greg Hoffman wurde außerdem in den jährlichen Listen der 50 innovativsten CMOs des Business Insider und der Power Players von AdAge ausgezeichnet.

Heute berät Greg als Gründer und Leiter von Modern Arena Fortune-500-Marken, Start-ups und gemeinnützige Organisationen bei der Schaffung eines Marken-Image und –Stärke.

Greg Hoffman hat seinen Bachelor of Fine Arts am Minneapolis College of Art and Design absolviert und ist Mitglied des dortigen Kuratoriums.

Themen (Auswahl):

- Die Kunst, starke und emotionale Kundenbindung aufzubauen
- Leitfaden für kreative Führung für Sie, Ihr Team und Ihre Marke
- Radikale kreative Zusammenarbeit kultivieren und praktizieren
- Aufbau einer unverwechselbaren und dauerhaften Markenidentität
- Die Persona einer Marke durch emotionales Storytelling gestalten
- Kulturelle Wirkung durch kreative Führung
- Förderung von Gleichberechtigung und Gleichstellung durch Markenerzählungen und -erlebnisse
- Vielfalt innerhalb der Markenkultur