

JEREMY SCHWARTZ

LONDON
SPEAKER
BUREAU

- Global CEO Pandora, The Body Shop
- Managing Director L'Oréal UK
- Chairman of Kantar's SaaS Sustainability Practice
- Senior Advisor, McKinsey
- Associate, Boston Consulting Group



Topics

- Business
- Leadership
- Management
- Motivation

Jeremy Schwartz adalah CEO The Body Shop, perusahaan yang dipimpin oleh tujuan pertama di dunia yang diciptakan oleh Anita Roddick pada tahun 1976.

Pada 2015, Schwartz, sebagai CEO, telah memulai menciptakan kembali tujuan baru untuk abad ke-21. Ambisinya adalah untuk mengartikulasikan tujuan yang menempatkan penciptaan pertumbuhan yang menguntungkan melalui keterlibatan pelanggan pada intinya, namun pada saat yang sama akan menangkap panggilan untuk bertindak bagi The Body Shop untuk menjadi perusahaan global paling berkelanjutan di dunia. Ini dicapai dan yang lebih penting Schwartz, sebagai CEO, mendorong strategi bisnis dan perencanaan tahunan dari tujuan melalui aliran inovasi produk (seperti menggunakan hanya 1 sampai 5 bahan dibandingkan dengan 15 plus biasa) dan strategi sumber yang lebih kuat dengan penciptaan koperasi penanaman buah baru menggunakan teknik untuk memperkaya keanekaragaman hayati dan memberikan penghasilan superior yang terjamin bagi petani setempat. Ini juga mengilhami upaya pemasaran termasuk petisi terbesar yang pernah ada, dengan tanda tangan pelanggan 8m, diserahkan kepada PBB untuk menuntut larangan global pengujian hewan pada kosmetik selamanya. Kekuatan tujuan berkontribusi untuk menilai The Body Shop pada 1bn € dan penjualannya yang sukses ke Natura menjadi tujuan yang dipimpin perusahaan kosmetik Brasil.

Hingga April 2019 Jeremy Schwartz memiliki peran COO dan CEO gabungan Pandora, perusahaan perhiasan terbesar di dunia yang tersedia di 90 negara di 2500 toko butik dan 5k perhiasan independen. Dia mempelopori penciptaan merek dan tujuan bisnis terintegrasi yang mendukung program transformasi turnaround yang disebut Reigniting a Passion for Pandora. Hasilnya akan mulai dipasarkan mulai September 2019 karena tujuannya mendorong desain ulang lengkap produk, ritel, ecom, dan penawaran merek.

Baik sebagai CEO, Managing Director L'Oreal UK, direktur inovasi Eropa untuk Coca-Cola, di mana ia menemukan Coke Zero, dan sebagai CEO dari tujuan awal memimpin perusahaan makanan terdaftar AIM Glorious! Schwartz memiliki banyak kisah dan contoh tentang bagaimana kepemimpinan yang dipimpin tujuan mendorong strategi bisnis dan merek serta keterlibatan karyawan dan pemangku kepentingan. Schwartz telah menjadi advokat yang kuat untuk tujuan memimpin kepemimpinan bisnis dan merupakan arsitek artikulasi baru untuk J Sainsburys pada tahun 2005 yang menginspirasi program transformasi 'Making Sainsburys Great Again'. Ini mengubah nasib perusahaan dari sepuluh tahun penurunan menjadi sepuluh tahun pertumbuhan. Tujuannya mengilhami kegiatan yang merekrut tiga juta lebih banyak pelanggan melalui inisiatif produk baru seperti

Sainsbury's Basics ke kampanye keterlibatan pelanggan yang sangat nyata yang disebut Active Kids. Tahun demi tahun ini telah berkembang ke titik di mana Sainsbury mensponsori Paralympics 2012 secara strategis dan menjadi sponsor Olimpiade swalayan setiap yang pertama.

Jeremy Schwartz menawarkan saran dan pengalaman yang sangat konkret tentang cara menulis tujuan yang menginspirasi dan berguna, bagaimana memobilisasi organisasi di sekitarnya dan bagaimana menggunakannya setiap hari dan tahunan untuk mendorong strategi dan rencana perusahaan di semua fungsi dan bisnis kegiatan.

info@londonspeakerbureau.my +603 2301 0988