

MEDIA

Είσοδος της Socialab στη διαφήμιση

jsjflksdjfsdkfj jasljalksdja;lskdjl lkj;lkj;lkjkl

MEDIA

Είσοδος της Socialab στη διαφήμιση

jsjflksdjfsdkfj jasljalksdja;lskdjl lkj;lkj;lkjkl

MEDIA

Είσοδος της Socialab στη διαφήμιση

jsjflksdjfsdkfj jasljalksdja;lskdjl lkj;lkj;lkjkl

Marketing Rules!

Ο λόγος στα μέλη του ΣΔΕ.
Απόψεις υψηλόβαθμων στελεχών
του Marketing και της Επικοινωνίας.



Του Θάνου Αθανασόπουλου,
Γενικού Διευθυντή Barilla Πολωνίας

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... Η συρρίκνωση της επένδυσης που παρατηρείται, ιδιαίτερα στα FMCG. Απαιτεί από τους ανθρώπους του μάρκετινγκ πολύ στοχευμένες επικοινωνίες που να αποδίδουν για τις μάρκες τους. Στοχευμένες τόσο ως προς το μήνυμα, όσο και ως προς τα μέσα επικοινωνίας. Αυτό συνεπάγεται πολύ καλή γνώση των νέων τεχνολογικών μέσων και συνεχή εκπαίδευση στη χρήση τους.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Η συνεχής εξέλιξη της τεχνολογίας. Επηρεάζει φυσικά όλα τα κομμάτια του επιχειρείν, από το προϊόν μέχρι τον τρόπο επικοινωνίας με τους καταναλωτές. Οι άνθρωποι των επιχειρήσεων πρέπει να μπορέσουν να διακρίνουν πού βρίσκονται οι ευκαιρίες και όχι απλά να ακολουθούν τις τάσεις, για να μην κάνουν κάτι που ήδη έχει κορεσθεί.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... Πάντα θαυμάζω το πώς εμπνευσμένες start up ομάδες, με σωστή καθοδήγηση, επιτυγχάνουν να δημιουργήσουν πρωτοποριακά προϊόντα και υπηρεσίες που επιλύουν σημαντικές καταναλωτικές ανάγκες. Το πώς με περιορισμένους πόρους καταφέρνουν να δημιουργήσουν κάτι νέο που αγγίζει πολλούς ανθρώπους, βελτιώνοντας την καθημερινότητά τους.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... Ότι μέχρι τώρα δεν έχω συνεργαστεί με μικρούς δημιουργούς νέων ιδεών και εναλλακτικών προϊόντων, στην επικοινωνία ή και στο καθαρό προϊόν. Μια τέτοια συνεργασία μπορεί να ανοίξει τους ορίζοντες ενός στελέχους μάρκετινγκ. Για ουσιαστικότερη επικοινωνία αλλά και για τη δημιουργία προϊόντων που μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην καθημερινότητα του καταναλωτή.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... Οι βασικές αρχές μάρκετινγκ ισχύουν πάντα, αυτό που αλλάζει είναι ο τρόπος εφαρμογής τους. Ο marketer του αύριο πρέπει να γνωρίζει πολύ καλά πώς να χειρίζεται αλλά κυρίως πώς να αξιολογεί τους πολλαπλούς τρόπους με τους οποίους μπορεί πλέον να έρθει σε επαφή με τον καταναλωτή. Πρέπει πάντα να σκέφτεται ποιο θα είναι το τελικό αποτέλεσμα κάθε ενέργειας μάρκετινγκ και αν αυτό είναι το επιθυμητό, πριν απευθυνθεί στον καταναλωτή.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... Δημιουργούσα επικοινωνίες πάντα στηριγμένες σε βαθιά insights και σχετικές με τα προϊόντα. Επικοινωνίες που θα αναπτύσσονταν σε διαφορετικά μέσα και που θα μπορούσαν να προσεγγίσουν το καταναλωτικό κοινό, δημιουργώντας την απαραίτητη ταύτιση με τη μάρκα. Λειτουργώντας αμφίδρομα με τον καταναλωτή, ενημερώνοντάς τον αλλά και ψυχαγωγώντας τον ταυτόχρονα.

Ο Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος, μέλος της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA), υποστηρίζει έμπρακτα αποτελεσματικές και υπεύθυνες πρακτικές marketing και επικοινωνίας.

