Marketing... Rules!

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

Του Μιχάλη Βλασταράκη, Γενικού Διευθυντή Marketing, Εταιρικής Επικοινωνίας & Σχέσεων Πελατών Ομίλου Eurobank

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... το «integration and alignment» των δεδομένων από διάφορες πηγές (data integration) με την επικοινωνία. Η «δύναμη» που αποκτούν οι καταναλωτές μέσω της ενημέρωσης, η οποία επιβάλλει στις μάρκες μηνύματα και προτάσεις με νόημα, που να προσθέτουν πραγματική αξία. Κι όλα αυτά σε ένα περιβάλλον πληθώρας μέσων που ανταγωνίζονται όχι πλέον για 30'' αλλά για 3'' προσοχής.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... η διαδραστική επικοινωνία. Η «συζήτηση» με το κοινό που οφείλει να είναι ουσιαστική, ανθρωποκεντρική και ευφάνταστη. Η αξιοποίηση του Digital κόσμου και των Digital μέσων, με το video να έχει μπει στη ζωή μας 24/7 μέσω κυρίως του κινητού μας. Κλειδί για την επιτυχία όμως παραμένει πάντα το περιεχόμενο, το content που ενδιαφέρει, αλλά ταυτόχρονα συγκινεί.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... το χάλκινο αγαλματάκι «Fearless Girl» που «δεν φοβάται τον ταύρο της Wall Street…». Η State Street μας έδειξε μ' έναν πανέξυπνο τρόπο τη σημασία του «Brand with a purpose». Εκατομμύρια καταναλωτών έκαναν like, σχολίασαν, «μπήκαν στη συζήτηση». Τα δελτία ειδήσεων μίλησαν γι' αυτό και πολιτικοί και celebrities προσπάθησαν να κερδίσουν λίγη από τη λάμψη του. Και πάρα πολλοί marketers, όπως και εγώ, χειροκρότησαν.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... ότι δεν καταφέραμε όλοι μας να βγάλουμε τη χώρα από την κρίση νωρίτερα. Σε έναν κόσμο που φεύγει μπροστά με απίστευτη ταχύτητα, εμείς βιώνουμε ακόμα τις συνέπειες της κρίσης στο marketing, στη διαφήμιση και κυρίως, στο ανθρώπινο δυναμικό των δύο κλάδων. Η εποχή επιβάλλει να παίρνεις τα σωστά «μαθήματα» και να προσαρμόζεσαι ΓΡΗΓΟΡΑ! Αλλιώς μένουν όλα πίσω, εγκλωβισμένα στις δυσκολίες, πρώτα η κοινωνία και μετά η οικονομία.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... «αντιφατικές». Να καταλαβαίνει τα νούμερα, τις συσχετίσεις, την τεχνολογία, παραμένοντας δημιουργικός και ανθρώπινος. Τα πλάνα πρέπει να ξεκινούν από το «μυαλό», αλλά να μιλάνε στην «καρδιά». Η γνώση του Artificial Intelligence δεν πρέπει να κυριαρχήσει πάνω στο Emotional Intelligence. Προϋπόθεση είναι η διαρκής μάθηση και προσαρμογή. Έχουμε μπει σε ένα νέο κόσμο και κανείς δεν έχει όλες τις απαντήσεις.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... προσπαθούσα πρωτίστως να «φτιάξω την αγορά» συνολικά και μετά, μέσα από προϊόντα, υπηρεσίες και δράσεις να βάλω ένα λιθαράκι για ένα καλύτερο αύριο…

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

ΣΔΕ

PUBLIC RELATIONS

Στην αία relate η El Sabor

Η αία relate ξεκινά συνεργασία με την El Sabor, εταιρεία παραγωγής nacho chips σε Ελλάδα και Νότιο-Ανατολική Ευρώπη. Η El Sabor είναι αμιγώς ελληνική εταιρεία, η οποία διαθέτει μια από τις μεγαλύτερες παραγωγικές μονάδες στο είδος της, με εξαγωγική δραστηριότητα σε πάνω από 40 χώρες. Η αία relate αναλαμβάνει τον σχεδιασμό και υλοποίηση προγράμματος στρατηγικής επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων. Επίσης, αναλαμβάνει για την El Sabor και τη δημιουργική προσέγγιση της επικοινωνίας του συνόλου των προϊόντων της. Η αία relate αναφέρει σχετικά: *«Η οικογένεια της αία relate καλωσορίζει με πολύ ενθουσιασμό έναν ακόμη σπουδαίο συνεργάτη, μία ελληνική εταιρεία πρότυπο με ηγετική θέση στην ελληνική αγορά και βαθιά εμπειρία και γνώση του χώρου».*

DIGITAL NEW MEDIA

Νέες συνεργασίες για την Digital Effect

Σε δύο νέες συνεργασίες, με τις εταιρείες Froneri και Volton, προχώρησε η Digital Effect, για την εκπομπή What the Fact του YouTuber Mikeius. Ο Mikeius θα δημιουργήσει πολλαπλά επεισόδια με custom περιεχόμενο, βασιζόμενος σε σχετική με τις υπηρεσίες και τα προϊόντα τους θεματολογία. Για τη Froneri και το brand Magnum, η συνεργασία αποτελεί μέρος του λανσαρίσματος του νέου παγωτού Magnum Loco, ενώ για τη Volton η συνεργασία έχει στόχο να ενισχύσει την ψηφιακή της παρουσία. Η Digital Effect έχει αναλάβει το συνολικό πλάνο επικοινωνίας για τη συγκεκριμένη εκπομπή, την προώθησή της αλλά και την αποκλειστική εμπορική της διαχείριση.

ADVERTISING

Ο ΣΕΤΕ με νέα ψηφιακή καμπάνια

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΣΕΤΕ, λάνσαρε την ψηφιακή καμπάνια «Τουρισμός, αξία για όλους». Η καμπάνια, η οποία «τρέχει» στο www.axiagiaolous.gr και στα social media, έχει ως στόχο την ανάδειξη της ουσιαστικής και μετρήσιμης συμβολής του τουρισμού στο σύνολο της εθνικής οικονομίας και κοινωνίας. Ένα ιδιαίτερο concept θέτει το ερώτημα «Τουριστικό επάγγελμα; #kiomos» και 12 υπαρκτά πρόσωπα προβάλλουν τα πολλαπλασιαστικά οφέλη του τουρισμού, παρουσιάζοντας τη σύνδεση του τουριστικού τομέα με άλλους κλάδους της οικονομίας. Ο Πρόεδρος του ΣΕΤΕ, Γιάννης Ρέτσος, δήλωσε: *«Ο τουρισμός αποτελεί βασικό πυλώνα της εθνικής μας οικονομίας. Η αξία που παράγει διαχέεται στο σύνολο της ελληνικής κοινωνίας. Δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, ενισχύει την περιφερειακή ανάπτυξη, δυναμώνει τις επιχειρήσεις, δίνει ώθηση στις τοπικές κοινωνίες. Ο ΣΕΤΕ επιδιώκει μέσα από την καμπάνια να αποτυπώσει με τον πιο άμεσο τρόπο αυτή ακριβώς την πολύτιμη διάσταση. Η αξία που παράγει ο τουρισμός μας αφορά όλους».*