Marketing... Rules!

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

Του Γιώργου Γαλάνη,
Head of Marketing, Media Markt

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... Πώς παίρνει αποφάσεις ο καταναλωτής σε ένα κόσμο που το offline μπερδεύεται συνεχώς με το online; Πώς χτίζεις brand στους δύο κόσμους, με υλικό που να «δουλεύει» στον καθένα ξεχωριστά αλλά και μαζί; Πώς ξεχωρίζει ένα brand μέσα στο clutter της επικοινωνίας, με τον καταναλωτή σε κίνηση και με πολλαπλές οθόνες; Πώς εξελίσσεται το retail σε ένα κόσμο που γίνεται όλο και περισσότερο digital και πού θα καταλήξει όλο αυτό; Όλα αυτά, είναι πλέον στην καθημερινή ατζέντα ενός marketer.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Το content επανέρχεται. Καλά τα GRPs και τα paid terms αλλά πώς θα κάνεις έναν κόσμο να αγαπήσει το brand και να ονειρευτεί μαζί σου, όταν όλοι «πυροβολούν» με μηνύματα από παντού; Πως θα κάνεις ακόμα και mainstream brands ή και καθημερινές καταναλωτικές αποφάσεις να αποκτήσουν αχλή πάθους; Η απάντηση για μένα είναι το story telling που μόνο μέσω δυνατού (και on equity) creative content έχει αποτελέσματα.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... Ζηλεύω τη δουλειά που θα κάνουν οι marketers σε 30 χρόνια από τώρα! Είμαστε στην αρχή των Big Data και νομίζω ότι ο τρόπος που θα τα χειριζόμαστε στο μέλλον, θα μας κάνει σοφότερους, καθώς θα μπαίνουμε στην ουσία και στην αλληλουχία της σκέψης ενός ανθρώπου. Για την ώρα κινούμαστε στην επιφάνεια του click και του transaction.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... Δεν ξέρω τι θα γινόταν αν έμενα στην Ελβετία ή στην Αμερική περισσότερα χρόνια. Με την ιδιότητα του πρώτου μου πτυχίου (Βιολογία), θα πω ότι το εξελικτικό μοντέλο μπορεί να σε οδηγήσει στο ίδιο αποτέλεσμα από πολλούς διαφορετικούς δρόμους. Η ουσία είναι να μη σταματάς να εξελίσσεσαι!

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... Θα πω χαρακτηριστικά παρά δεξιότητες: kaizen (συνεχής εξέλιξη- βελτίωση), πάθος για consumer insight, βαθειά κατανόηση των αριθμών, δημιουργικότητα και risk taking (στην Ελλάδα αυτό λείπει κατά τη γνώμη μου).

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα.... Ο καταναλωτής δεν αγοράζει προϊόντα, αγοράζει λύσεις. Με το μαγικό ραβδί θα έβλεπα πως «κλικάρει» το ανθρώπινο μυαλό και θα σχεδίαζα το τέλειο προϊόν και το τέλειο μήνυμα για τον καθένα ξεχωριστά!

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

ΣΔΕ

ADVERTISING

Η Dentsu Aegis λανσάρει την Vizeum

Ο Όμιλος της Dentsu Aegis Network λανσάρει και στην Ελλάδα το media agency Vizeum. Γενική Διευθύντρια έχει αναλάβει η Ζωή Κτιστάκη, στέλεχος με σημαντική και πολύχρονη διαδρομή στο χώρο των Media Agencies. Προέρχεται από την BGM OMD, με την οποία συνεργάσθηκε επί 16 χρόνια σε ρόλους ευθύνης και με πιο πρόσφατη θέση της Αναπληρώτριας Γενικής Διευθύντριας. *«Φιλοδοξία μας»* δήλωσε η ίδια, *«είναι να σταθούμε δίπλα στις μάρκες και τις επιχειρήσεις στην χώρα μας, συν-ταξιδιώτες και υποστηρικτές τους στο δρόμο της ανάπτυξής τους, σε ένα περιβάλλον γεμάτο προκλήσεις αλλά και νέες δυναμικές. Με την υποστήριξη της Dentsu Aegis Network, ξεκινάμε μια τολμηρή διαδρομή –υπόσχεση της Vizeum, τώρα και στους πελάτες μας στην Ελλάδα: Accelerating Business Growth Through Media».*

ADVERTISING

Ανάθεση της Marketing Greece στην Frank & Fame

Η Frank & Fame αναδείχθηκε νικήτρια στο spec που έτρεξε η Marketing Greece, με σκοπό την ανάπτυξη καμπάνιας προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Αξίζει να σημειωθεί ότι η προκήρυξη της Marketing Greece είχε προσελκύσει το έντονο ενδιαφέρον της αγοράς, με 40 εταιρείες να εκδηλώνουν ενδιαφέρον και 12 να καταθέτουν ολοκληρωμένες προτάσεις στην τελική φάση. Σκοπός της Marketing Greece είναι η ανάπτυξη ολοκληρωμένης επικοινωνιακής καμπάνιας η οποία θα υλοποιηθεί μέσω fundraising, στην ευρύτερη τουριστική αγορά για την εξασφάλιση των αναγκαίων πόρων.

MEDIA

Η Vogue επιστρέφει στην Ελλάδα

Σε συνέχεια της ανακοίνωσης της Conde Nast International για την επιστροφή της Vogue στην ελληνική αγορά, Καθημερινή και Conde Nast δίνουν επιπλέον πληροφορίες για το επαναλανσάρισμα. Συγκεκριμένα, η Vogue Greece θα κυκλοφορήσει τον Μάρτιο του 2019. Εκτός από τη Νατάσα Μπουτεράκου, εμπορική διευθύντρια της Καθημερινής που αναλαμβάνει εκδότρια της Vogue Greece, Διευθύντρια αναλαμβάνει η Θάλεια Καραφυλλίδου, διευθυντής δημιουργικού και μόδας ο Νικόλαος Γεωργίου, διευθυντής σύνταξης ο Γιώργος Τσίρος, αρχισυντάκτρια μόδας η Elis Kiss και art director ο Διονύσης Ανδριανόπουλος. Η Vogue Greece θα περιλαμβάνει έντυπο περιοδικό, ιστοσελίδα και ισχυρή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το περιοδικό θα διανέμεται ως ένθετο στην Καθημερινή της Κυριακής και ακολούθως θα πωλείται στα περίπτερα Ελλάδας και Κύπρου. Η Vogue Greece αποτελεί την 25η έκδοση του περιοδικού παγκοσμίως.