Marketing... Rules!

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

Της Πόπης Σπεντζούρη,
Brand Manager Danone Dairy Greece

Η μεγαλύτερη πρόκληση για το marketing σήμερα... Η πληθώρα των πληροφοριών που κατακλύζουν σήμερα τους marketers είναι μία από τις μεγάλες προκλήσεις της εποχής μας. Ο λειτουργικός τρόπος χρήσης όλης αυτής της πληροφορίας είναι καθοριστικός, ώστε να διασφαλίσει κανείς μία ομαλή μετάβαση στη νέα εποχή του marketing και να επωφεληθεί το μέγιστο από αυτήν. Το precision marketing είναι η ευκαιρία που μας δίνεται μέσα από όλη αυτή την πληροφόρηση να δημιουργήσουμε customized επικοινωνίες βασισμένες στα διαφορετικά κοινά, ώστε να επιτυγχάνουμε στο maximum αποτελέσματα που διασφαλίζουν μεγαλύτερο affiliation με τις μάρκες.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Όλο και περισσότερο η επικοινωνία μίας μάρκας στρέφεται στο storytelling, το οποίο δημιουργεί πολύ πιο impactful καμπάνιες που συχνά εμπλέκουν και το συναίσθημα με ένα εύστοχο τρόπο και τελικά καταφέρνουν να πετύχουν ισχυρότερη σύνδεση με τη μάρκα.

Μία δουλειά που ζήλεψα ήταν... η φετινή διοργάνωση Cannes Lions είχε πολλές ενδιαφέρουσες δουλειές. Αν είχα να επιλέξω μία από αυτές, θα διάλεγα την diversity campaign του γερμανικού super market EDEKA. Κατάφερε να ευαισθητοποιήσει το κοινό για ένα πολύ επίκαιρο και φλέγον θέμα της εποχής μας με έναν ανατρεπτικό τρόπο, επιτυγχάνοντας δυνατό word of mouth και μεγάλο buzz.

Μία χαμένη ευκαιρία ήταν... χαμένη ευκαιρία θεωρώ οτιδήποτε «πέρασε» χωρίς να αφήσει ένα μάθημα για τη συνέχεια. Συνεπώς, κάτι που δεν μου έμαθε τίποτα θεωρώ πως ήταν μία χαμένη ευκαιρία για μένα.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... στρατηγική σκέψη, δημιουργικό πνεύμα, διορατικότητα για να αναγνωρίζει τις τάσεις που διαφαίνονται και ικανότητες ανάλυσης και σύνθεσης, ώστε να αξιοποιεί με επιτυχία τις πληροφορίες που συγκεντρώνει και να δημιουργεί επιτυχημένες καμπάνιες.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing»... θα μάθαινα πρώτη τις τάσεις πριν αυτές σχηματιστούν, καθώς και το πιο «hot» προϊόν του μέλλοντος, ώστε να έχω το προβάδισμα, αλλά επειδή μαγικό ραβδί δεν υπάρχει, τα πάντα είναι θέμα πλάνου και συστηματικής δουλειάς!

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

ΣΔΕ

MEDIA

Δύο ανάδοχοι για τη μέτρηση ραδιοφώνου Αττικής

Η ΑΕΜΑΡ (Αστική Εταιρεία Μέτρησης Ακροαματικότητας Ραδιοφωνικών Σταθμών Αττικής), ύστερα από απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου της ΕΙΙΡΑ, αποφάσισε να αναθέσει το έργο της μέτρησης ραδιοφωνικής ακροαματικότητας στην Αττική στις εταιρείες MRB Hellas και 361 Research Solutions ως εξής: Το υποέργο Α (διενέργεια συνεχούς τηλεφωνικής έρευνας σε σταθερά και κινητά τηλέφωνα) ανατίθεται από κοινού στις δύο εταιρείες MRB Hellas και 361 Research Solutions. Το υποέργο Β (ενσωμάτωση, έλεγχος ορθότητας δεδομένων, ανάλυση δεδομένων και μεταδεδομένων και διάχυση αυτών) ανατίθεται στην εταιρεία MRB Hellas. Η νέα έρευνα θα ξεκινήσει τον Ιανουάριο του 2019 και θα αφορά την περίοδο 2019-2021. Η ΑΕΜΑΡ ευχαριστεί με ανακοίνωσή της όλες τις εταιρείες που εκδήλωσαν ενδιαφέρον στο πλαίσιο της πρόσκλησής της για την επιλογή αναδόχων.

EVENTS

Συνεργασία Reason To Believe με Amvyx

Η Reason to Believe ανέλαβε τη δημιουργία του concept και την υλοποίηση της ενέργειας «Βάλε Γκολ» για την Amvyx. Πρόκειται για πανελλαδικό διαγωνισμό μέσα από τον οποίο ο καταναλωτής μπορούσε να διεκδικήσει ένα αυτοκίνητο -και άλλα δώρα- με την αποστολή ενός κωδικού. Στον διαγωνισμό συμμετείχαν τα brands της Amvyx Serkova, Serkova Crystal, Grant's, Bombay, Bacardi, Bud, Κτήμα Άλφα Μαλαγουζιά. Για τις ανάγκες της ενέργειας δημιουργήθηκε το site valegoal.gr, απ' όπου ο καταναλωτής μπορούσε να ενημερωθεί. Επιπλέον, η ενέργεια υποστηρίχθηκε με προωθητικές ενέργειες στα καταστήματα, προωθητικό υλικό και installations σε επιλεγμένα σημεία.

MARKETING

Νέος Διευθύνων Σύμβουλος στην Leaseplan Hellas

Η LeasePlan Hellas προχώρησε σε οργανωτικές αλλαγές. Αναλυτικότερα, τη θέση του Senior Vice President Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης και Ιρλανδίας του ομίλου LeasePlan ανέλαβε ο Φίλιππος Ζαγοριανάκος, ο οποίος θα έχει υπό την επίβλεψή του 10 χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα. Ο Φ. Ζαγοριανάκος βρισκόταν στη διεύθυνση της LeasePlan Hellas από το 2003, οπότε και ξεκίνησε τη δραστηριότητά της, ενώ τη θέση του Δ/ντος Συμβούλου αναλαμβάνει πλέον ο Κωνσταντίνος Πετρούτσος, ο οποίος εντάχθηκε στη LeasePlan Hellas τον Απρίλιο του 2005 ως Οικονομικός Διευθυντής. Στα καθήκοντά του, ήδη από την περασμένη χρονιά, είχαν προστεθεί και αυτά του Αναπληρωτή Διευθύνοντος Συμβούλου. Επιπλέον, η Γιούλη Καλογήρου, που από το 2012 εκτελούσε καθήκοντα Controlling Manager, ορίστηκε Οικονομική Διευθύντρια της LeasePlan Hellas.