



Marketing... Rules!

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

Του Κώστα Σταματάκη,
Chief Marketing @ Customer Officer,
Dixons SEE - Κωτσόβολος

Marketing στην εποχή των μεγάλων αλλαγών

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... να δρα σε ένα κόσμο που αλλάζει με καταγιστικό ρυθμό, χωρίς να ξεχάσει το βασικό του σκοπό: να μεταφέρει την πραγματική αλήθεια, τις αξίες και την ψυχή της μάρκας που προσβέβει. Το marketing στην εποχή των μεγάλων αλλαγών που ζούμε είναι πιο πολύτιμο από ποτέ. Και πιο ενδιαφέρον από ποτέ!

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... η παραγωγή. Παραγωγή περιεχομένου και παραγωγή εμπειριών. Διαφορετικό περιεχόμενο για κάθε διαφορετικό μέσο επικοινωνίας αναλογικό ή ψηφιακό, διαφορετικές εμπειρίες σε ένα μωσαϊκό καταναλωτών. Και όλα αυτά να συγκλίνουν σε ένα λογότυπο, μία μάρκα, μία ιδέα. Το ψηφιακό marketing συνεχίζει να εξελίσσεται και να γίνεται ωριμότερο ενώ, τολμώ να πω, τη διάδραση με τα brands την ελέγχουν πλέον οι καταναλωτές. Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται τόσα νέα μέσα και εργαλεία χωρίς να χαθεί τίποτα από τα παλιά.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... η τελευταία Χριστουγεννιάτικη καμπάνια του John Lewis με πρωταγωνιστή τον Elton John. Όλα τα όνειρα, η προσπάθεια, η πορεία, η «τρέλα» ενός ανθρώπου μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα. Ευτυχώς, κατευνάζει τη ζήλια μου η διαπίστωση ότι όλα τα robots του κόσμου, δεν θα μπορούσαν να αισθανθούν ούτε την In νότα από τη μουσική της. Αυτή είναι η δύναμη μιας καμπάνιας που έχει φτιαχτεί από ανθρώπους για τον άνθρωπο.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... αδύνατον να βρεθούν σε ένα άνθρωπο. Οι τρομερές εξελίξεις στο περιβάλλον, στην τεχνολογία, στα μέσα και στην κοινωνία, έφεραν αντίστοιχα σημαντικές αλλαγές στο χώρο του marketing. Σήμερα απαιτείται εξειδίκευση με τόσο διαφορετικές δεξιότητες και γνώσεις που μπορούν να βρεθούν μόνο σε διαφορετικά άτομα με πολύ διαφορετικό προφίλ. Για τους επικεφαλής αυτών των ομάδων βλέπω να προεξέχουν η καινοτομία και η ενσυναίσθηση. Και το θάρρος φυσικά!

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... τοποθετούσα τον άνθρωπο στο επίκεντρο κάθε marketing πλάνου, κάθε καμπάνιας, κάθε μέσου. Στο marketing πρωταγωνιστής ήταν και είναι ο άνθρωπος. Εξάλλου, σε μια πιο «ανθρώπινη» κοινωνία το marketing είναι πιο ουσιαστικό, έτσι δεν είναι;

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



ADVERTISING

Ενιαίο brand για DDB, Tribal και Rapp

Η Tribal Worldwide Athens και η Rapp ενώθηκαν κάτω από το brand DDB. Στόχος της νέας DDB είναι να ανταποκριθεί στην ανάγκη της εποχής για ολοκληρωμένες λύσεις και να προσφέρει ενιαίο προϊόν επικοινωνίας, ενώνοντας όλη τη γνώση και το ταλέντο σε μια ομάδα χωρίς τον διαχωρισμό του digital ή τον αποκλεισμό της τεχνολογίας. Όπως επισημαίνει η ανακοίνωση, ο πυρήνας της νέας οργάνωσης είναι η «Ιδέα», καθώς η αξία της διαφημιστικής εταιρείας απέναντι σε όλες τις εξειδικεύσεις θα κρίνεται πάντα από αυτή. Στη νέα DDB, Executive Creative Director, υπεύθυνος για το σύνολο του δημιουργικού προϊόντος της εταιρείας είναι ο Κώστας Βάνης, Chief of Strategy and Innovation η Αγάθη Πλώτα, Chief Financial Officer ο Απόστολος Φωτόπουλος και Chief Executive Officer η Μάρθα Παπαπολύζου. Πρόεδρος της εταιρείας, όπως και του ελληνικού Group, είναι ο Μανόλης Παπαπολύζος. Με μήνυμα «Long Live the Idea», η DDB μπαίνει στη νέα της εποχή, έχοντας γιορτάσει 60 χρόνια πρωτοπορίας στην ελληνική διαφήμιση, το 2018. Η DDB είναι ένα από τα δύο μεγαλύτερα Communications Groups στην Ελλάδα, με μερικές από τις πιο επιτυχημένες affiliated εταιρείες στην αγορά της επικοινωνίας και σε ένα μεγάλο εύρος (διαφήμιση, media, data, service design, performance marketing, production).

ADVERTISING

Η Kafea Terra ανέθεσε στο Publicis Groupe

Το Publicis Groupe επέλεξε η Kafea Terra μετά από διαδικασία κλειστού spec, ως στρατηγικό συνεργάτη για το σύνολο της επικοινωνίας του illy Iperespresso, του συστήματος espresso με μηχανές και κάψουλες της illy. Συγκεκριμένα, η Black Pencil αναλαμβάνει τον δημιουργικό σχεδιασμό της επικοινωνίας του illy Iperespresso και η Starlink τη στρατηγική media. Στόχος της νέας συνεργασίας είναι η ενδυνάμωση του positioning και η ενίσχυση του awareness για την εμπειρία illy Iperespresso στην ελληνική αγορά, με επίκεντρο τον εξαιρετικής ποιότητας καφέ που προσφέρει ο συνδυασμός των μηχανών καφέ και των καψουλών Iperespresso.

ADVERTISING

Στην Solid Havas η Alfa

Αλλάζουν διαφημιστικά «χέρια» οι πίτες της Alfa (Αθανάσιος Δ. Κουκουτάρης ΑΕΒΕ), καθώς η εταιρεία επέλεξε την Solid Havas μετά από διερεύνηση της αγοράς, αναθέτοντάς της τον διαφημιστικό λογαριασμό. Όπως είναι γνωστό, η εταιρεία διαθέτει ένα ευρύ portfolio με γνωστά brands στον τομέα αυτό, με οικογενειακές και παραδοσιακές πίτες όπως η «Τσαλακωτή», η «Κιχί» ή η «Αρχοντική», Μπουγάτσες, πίτες Κουρού, Χωριάτικες και πολλά άλλα. Περισσότερα για το πως θα κινηθεί επικοινωνιακά η Alfa στο πλαίσιο της νέας αυτής συνεργασίας, θα γίνουν γνωστά το επόμενο διάστημα.