

MarketingWeek

News & Views



Marketing... Rules!

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

Της Βάντας Αγκιάδη,
Marketing Senior Manager
Barilla Eastern Europe

Perpetual moments of truth

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... οι αλλαγές που φέρνει η 4η βιομηχανική επανάσταση. Αλλαγές που δεν αλλάζουν μόνο τον κόσμο γύρω μας αλλά και εμάς τους ίδιους. Ζούμε μια διαρκή μεταμόρφωση που συντελείται και ανανεώνεται με καταγιστικό ρυθμό. Το marketing στην ψηφιακή πραγματικότητα όλων μας, που χαρακτηρίζεται από perpetual moments of truth, διαμορφώνει τον τρόπο και το χρόνο εμπλοκής και διάδρασης με τα brands. Νέες εμπειρίες δημιουργούνται, νέες δεξιότητες απαιτούνται, καίριες συνεργασίες και συνεχής προσαρμοστικότητα γίνονται απαραίτητες έτσι ώστε το brand DNA να παραμένει αναγνωρίσιμο. Να επικοινωνεί με ισχυρά «remembered» μηνύματα που ανανεώνουν την «εγγραφή» τους στη συνείδηση αλλά και την καθημερινότητα των καταναλωτών, έχοντας πάντα ως κέντρο τον άνθρωπο, τις επιθυμίες και τις ανάγκες του.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... το τρίπτυχο Purpose-driven Content, Influencers, Persuasive Commerce. Ένα πλαίσιο συνεχούς επικοινωνίας του brand με ένα πιο απαιτητικό κοινό, που «καταναλώνει» πολλά και διαφορετικά μέσα ταυτόχρονα και κάνει τις αγορές του on the move. Ένα brand αποκτά ισχυρότερο νόημα και σημασία πλέον, μόνο όταν ο κόσμος μπορεί να συνδεθεί μαζί του όπου και όποτε το θέλσει.

Μια δουλειά που ζήλησα είναι... η social media καμπάνια της Volvo «Greatest Interception Ever» στο Super Bowl του 2015. Μια τολμηρή, έξυπνη και διαφορετική ιδέα που ανέδειξε τις αξίες μιας εταιρείας που έχει προτεραιότητα τον άνθρωπο σε ότι κάνει.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... μια ιδέα που δεν υλοποιήθηκε, το ρίσκο που δίστασε να προχωρήσει, και το budget που περιόρισε τους ορίζοντες μας ενώ πάντα θα είναι λιγότερο απ' ότι πρέπει.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... οι διαχρονικές, δηλαδή αναλυτική και στρατηγική σκέψη, επιχειρηματικός νους, δημιουργικότητα και ομαδικό πνεύμα. Οι απαραίτητες, δηλαδή προσαρμοστικότητα, ανοιχτό μυαλό, ανοιχτά αυτιά και τόλμη. Και οι «καινούργιες», δηλαδή να ξεχνάει κανείς ότι ξέρει και να ξεκινάει απ' την αρχή κάθε μέρα, με διάθεση για μεταμόρφωση και δίψα για το άγνωστο.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... ήθελα να ενεργοποιήσω μια εμπειρία marketing του μέλλοντος, σήμερα!

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



DIGITAL NEW MEDIA

Στην Digital o Enterprise Greece

Στην Digital ανέθεσε την επικοινωνία του στα social media ο Enterprise Greece, καθώς ενισχύει την παρουσία του στην digital εποχή με τη δημιουργία λογαριασμών σε Facebook και Linked In και στη συνέχεια στο Instagram. Όπως δήλωσε ο Τάσος Σαρτζής, Owner και Managing Director της Digital, «είμαστε ενθουσιασμένοι για τη νέα συνεργασία και σκοπεύουμε να συνδράμουμε με τον καλύτερο τρόπο στην προσπάθεια του Οργανισμού να αποκτήσει κανάλια επικοινωνίας στα social media, ώστε να προσεγγίζει νέα target groups και να τα ενημερώνει για τις υπηρεσίες που διαθέτει και αφορούν στην ελληνική επιχειρηματικότητα». Ο Enterprise Greece είναι εθνικός φορέας ο οποίος λειτουργεί υπό την εποπτεία του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης, στοχεύοντας στην προσέλκυση επενδύσεων στην Ελλάδα και στην προώθηση των εξαγωγών.

ADVERTISING

Στην Mindhaus η Περιφέρεια Ν. Αιγαίου

Στην Mindhaus ανέθεσε η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου τη δημιουργία υποβάθρου για την Ανθεκτική Επικοινωνιακή Ταυτότητα (Brand Resilience) σε ότι αφορά στον Τουρισμό για την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, ιδιαίτερα με γνώμονα έκτακτα περιστατικά ή/ και κρίσεις. Συγκεκριμένα, το έργο περιλαμβάνει: 1. Σχέδιο Επικοινωνιακής Διαχείρισης της Ταυτότητας (Brand Resilience Communication Plan) της Ρόδου ως πιλοτικό προορισμό της Π.Ν.Α., κατά την αντιμετώπιση έκτακτων γεγονότων με στόχο την προστασία και θωράκιση της ταυτότητας του, 2. Σύντομο εγχειρίδιο γενικών κατευθύνσεων (Brand Resilience Communication Handbook) για την επικοινωνιακή διαχείριση κατά την αντιμετώπιση έκτακτων γεγονότων προς επιμέρους τουριστικούς προορισμούς και επιχειρήσεις της ΠΝΑ, 3. Υλοποίηση εκπαίδευσης Media Training spokesperson, διοργάνωση σεμιναρίου media training για 2 άτομα-εκπροσώπους της ΠΝΑ.

PUBLIC RELATIONS

Στην Gravity The Newtons το ΤΑΙΠΕΔ

Η Gravity The Newtons αναδείχθηκε νικήτρια στο spec του Ταμείου Αξιοποίησης Ιδιωτικής Περιουσίας του Δημοσίου ΑΕ (ΤΑΙΠΕΔ) για την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών επικοινωνίας. Το αντικείμενο της ανάθεσης αφορά στην παροχή υπηρεσιών και υποστήριξη στον σχεδιασμό και την ολοκληρωμένη υλοποίηση της επικοινωνιακής στρατηγικής του ΤΑΙΠΕΔ. Το έργο περιλαμβάνει επίσης δύο ακόμη μέρη, τη διαχείριση του ιστότοπου www.hrdf.gr και Έρευνες κοινής γνώμης. Σύμφωνα με την προκήρυξη του διαγωνισμού, η διάρκεια της σύμβασης για τα παραπάνω αντικείμενα ορίζεται σε 15 μήνες (01/04/2019 - 30/06/2020) και ο προϋπολογισμός ανέρχεται σε 110.000 ευρώ, πλέον ΦΠΑ.