



Marketing... Rules!

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

Του Γιάννη Δράμη,
Global eBusiness Operations Lead,
Nestle SA

Disruption παντού

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... Το digital disruption, δηλαδή οι αλλαγές στο branding, στην επικοινωνία, την εμπορευματοποίηση, αλλά ακόμη και στο ίδιο το προϊόν, που προκαλούνται από την είσοδο της τεχνολογίας σε όλο και περισσότερα πεδία της αλυσίδας αξίας. Τα όρια μεταξύ Μάρκετινγκ και Πωλήσεων έχουν εξαφανιστεί προ πολλού, αλλά πλέον αρχίζει να είναι δύσκολη η διάκριση μεταξύ online και offline καναλιών, κάνοντας για πρώτη φορά ακριβή τον όρο omnichannel.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Η συλλογή και αξιοποίηση digitally enabled consumer data, ώστε οι μάρκες να προσφέρουν προσωποποιημένη επικοινωνία, υπηρεσίες και προϊόντα στην ανάλογη κλίμακα (Personalization at scale).

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... Οφείλω να ομολογήσω ότι πλέον ζηλεύω την ικανότητα των μαρκών να παράγουν μαζικά περιεχόμενο, είτε για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες προσωποποιημένης επικοινωνίας διαφορετικών audiences, είτε τις διαφορετικές προδιαγραφές των διάφορων πλατφορμών, αλλά χωρίς το υπέρογκο κόστος του παρελθόντος. Μια τέτοια δουλειά ήταν το global digital asset creation της Media Monks για την IKEA.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... Να περιμένεις πως όλες οι παράμετροι μιας απόφασης είναι διαθέσιμες πριν προχωρήσεις. Το να είσαι ο πρώτος είναι συχνά σημαντικότερο.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... Πολλές, πολύπλοκες και επείγουσες. Μέσα στα επόμενα 5 χρόνια το Μάρκετινγκ θα έχει 50% με 70% διαφορετικές δεξιότητες από αυτές που έχει σήμερα. Programmatic media buying, Search, Data Acquisition & Analytics, Privacy Protection, Predictive Analytics, eContent creation & management, Digital Commerce & eRetail management, Tech stack management, είναι μερικοί από τους τομείς που απαιτούν νέες δεξιότητες. Το σημαντικό όμως είναι ότι αυτές οι δεξιότητες δεν μπορούν να έρθουν επιπλέον των σημερινών, αλλά πρέπει να «αντικαταστήσουν» σημερινές, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για το talent acquisition και development.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... Δεν υπάρχουν «μαγικές λύσεις», μόνο σχεδιασμός, σκληρή δουλειά και ρίσκο. Κάτι που πρέπει να καταλάβει όχι μόνο το μάρκετινγκ, αλλά το σύνολο της Ελληνικής κοινωνίας.

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



MEDIA

Είσοδος της Socialab στη διαφήμιση

jsjflksdjfsdkfj jasljalksdja;lskdjl lkj;lkj;lkjkl

MEDIA

Είσοδος της Socialab στη διαφήμιση

jsjflksdjfsdkfj jasljalksdja;lskdjl lkj;lkj;lkjkl

MEDIA

Είσοδος της Socialab στη διαφήμιση

jsjflksdjfsdkfj jasljalksdja;lskdjl lkj;lkj;lkjkl