



BRAND MARKETER ΤΗΣ ΔΕΚΑΕΤΙΑΣ ΣΤΑ CANNES LIONS

# P&G: Στην κορυφή γιατί κάνει τον κόσμο καλύτερο

Brand Marketer της Δεκαετίας αναδείχθηκε την προηγούμενη εβδομάδα η **P&G**, πράγμα μάλλον αναμενόμενο σε κάποιο βαθμό, αν αναλογιστεί κανείς πως πρόκειται για τον μεγαλύτερο διαφημιζόμενο σε παγκόσμιο επίπεδο, με πολλά και σημαντικά brands στο portfolio του, που σταθερά παρουσιάζουν κάποιες από τις πλέον βραβευμένες καμπάνιες κάθε χρονιά. Η σημαντική, όμως, αυτή διάκριση οφείλεται και σε κάτι ακόμη. Όπως σημείωσε ο **Marc Pritchard**, Chief Brand Officer της P&G, «αναδειχτήκαμε Brand Marketer της Δεκαετίας, καθώς οδηγούμε τις εξελίξεις σε θέματα που πραγματικά μετράνε». Μάλιστα, **σε αναλυτικό σημείωμά του, που έχει αναρτηθεί στην επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας**, ο Pritchard τονίζει πως η ιδιαίτερη περίοδος που έχει ζήσει τις τελευταίες 100 μέρες ο πλανήτη λόγω της κρίσης της πανδημίας του Covid-19 αλλά και των εξελίξεων που ακολούθησαν τη δολοφονία του George Floyd, καθιστούν ακόμη πιο σημαντική τη στροφή στο κοινωνικά υπεύθυνο επιχειρείν. «Είναι ξεκάθαρo πλέον πως έχουμε την ευθύνη να επανεφεύρουμε τους εαυτούς μας. Από brands και εταιρείες που εστιάζουν μόνο στους εαυτούς

τους, σε brands και εταιρείες που βγαίνουν μπροστά σαν δυνάμεις ανάπτυξης και δυνάμεις καλού», αναφέρει χαρακτηριστικά και υπογραμμίζει πως οι σημερινές προκλήσεις οδήγησαν την P&G στην απόφαση να προχωρήσει μπροστά σαν δύναμη του καλού και να θέσει τρεις συγκεκριμένες προτεραιότητες:  
 α) την προστασία των ανθρώπων της β) την υποστήριξη των ανθρώπων σε όλο τον κόσμο με βασικά προϊόντα υγείας, υγιεινής και καθαρισμού και γ) την υποστήριξη των κοινοτήτων που βρίσκονται σε ανάγκη με κάθε δυνατό τρόπο. «Οι ρόλοι μας έχουν αλλάξει για πάντα. Έχουμε την ευθύνη να χρησιμοποιήσουμε την δημιουργικότητα για καλό. Να είμαστε χρήσιμοι Έχουμε την ευθύνη να χρησιμοποιήσουμε την δυναμή μας για να δράσουμε. Έχουμε την ευθύνη να χρησιμοποιήσουμε τα πλεονεκτήματα και τα προνόμια μας – είτε μας αξίζουν είτε όχι- για να αποδομήσουμε την συστημική ανισότητα. Ας βγούμε όλοι μας μπροστά σαν μια δύναμη ανάπτυξης και δύναμη για καλό, για να βοηθήσουμε να δημιουργηθεί ένας ίσος, δίκαιος και καλύτερος κλάδος και ένας πιο ίσος, δίκαιος και καλύτερος κόσμος» υπογραμμίζει στο σημείωμά του ο Pritchard και δείχνει ξεκάθαρα τον δρόμο για brands και marketers όσον αφορά την συνέχεια. Κάτι νέο δείχνει να ξεκινά...



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με τον Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται οι επιχειρηματικές ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

**ΝΕΡΙΝΑ ΚΟΜΙΩΤΗ**  
**ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ, Σ.Δ.Ε.**

## Θελουμε να δώσουμε φωνή στα καλά νέα

«Αφορμή για τη νέα αυτή πρωτοβουλία αποτέλεσε η πρόσφατη υγειονομική κρίση. Οι δυσοίωνες προβλέψεις για το 2020 και το 2021. Τα δυσάρεστα νέα, που κατά κανόνα προβάλλονται και επηρεάζουν αρνητικά την ψυχολογία της αγοράς. Την καθημερινότητα των στελεχών. Και τη διαφημιστική επένδυση. Και, τελικά, την εθνική οικονομία. Έτσι γεννήθηκε η ιδέα να δώσουμε φωνή στα καλά νέα. Στα νέα που μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία κλίματος ομαλότητας και αισιοδοξίας, να ενθαρρύνουν τους διαφημιζόμενους και τα agencies και να οδηγήσουν σε πιο γρήγορη ανάκαμψη. Η ιδέα έγινε πράξη χάρη στους καλούς μας συνεργάτες στην Direction Business Network, τους οποίους ευχαριστούμε θερμά για την ανταπόκριση και τον ενθουσιασμό. Από σήμερα, τα καλά νέα και οι σημαντικές πρωτοβουλίες από την Ελλάδα και το εξωτερικό, μοιράζονται, γράφονται, σχολιάζονται. Ευχόμαστε να λειτουργήσουν ευεργετικά και πολλαπλασιαστικά και να δώσουν ώθηση στην αγορά της επικοινωνίας».



Marc Pritchard



ΤΙ ΔΕΙΚΝΟΥΝ ΟΙ ΚΙΝΗΣΕΙΣ McDONALD'S - GOLDMAN SACHS

# Οι κολοσσοί επιβεβαιώνουν τη σημασία των Marketers

Δύο πολύ σημαντικές εξελίξεις που καταδεικνύουν τη σημασία με την οποία προσεγγίζουν κολοσσοί του επιχειρείν από διάφορους κλάδους το Marketing και το ρόλο του CMO, καταγράφηκαν το τελευταίο διάστημα. Συγκεκριμένα, μόλις την προηγούμενη εβδομάδα, η **Goldman Sachs** προσέλαβε την Chief Brand Officer της **AT&T**, **Fiona Carter**, για να αποτελέσει την πρώτη CMO της τράπεζας, ενώ πριν από λίγες ημέρες τα **McDonald's** προήγαγαν τον **Alistair Macrow** στη θέση του global CMO, επαναφέροντας στην ουσία ένα ρόλο που ήταν ανενεργός για περίπου ένα χρόνο.

Ο Macrow θα είναι υπεύθυνος για τους εξής τομείς: global menu strategy, global brand, global insights and global marketing enablement. Από τη μεριά της, η Carter θα τεθεί επικεφαλής των προσαθειών της Goldman Sachs όσον αφορά το

brand marketing, το content και τη στρατηγική digital σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι δύο αυτές κινήσεις αντικατοπτρίζουν και τον πολυδιάστατο ρόλο που πρέπει να καλύπτουν οι Marketers σήμερα. Ας μην ξεχνάμε πως σύμφωνα με την πρόσφατη έρευνα που πραγματοποιήθηκε η **Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων (WFA)** σε συνεργασία με τον ερευνητικό οργανισμό 2CV και 28 εθνικούς συνδέσμους διαφημιζομένων σε όλο τον κόσμο, μεταξύ των οποίων και ο **Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)**, ο ρόλος των CMOs σήμερα απαιτεί να δοθεί έμφαση στην αποτελεσματική καθοδήγηση πολυδιάστατων ομάδων. Οι marketers έχουν σήμερα ευρύτατες αρμοδιότητες και η καθημερινότητά τους καλύπτει (κατά μέσο όρο) εννέα ξεχωριστούς τομείς: από τη στρατηγική marketing (79%) έως τα data ethics (34%) και από την ανάπτυξη των επιχειρήσεων (58%) έως τη βιωσιμότητα (37%).



Fiona Carter

## ΚΩΣΤΑΣ ΣΤΑΜΑΤΑΚΗΣ

CHIEF MARKETING & CUSTOMER OFFICER, DIXONS SOUTH EAST EUROPE - ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ

### Τα καλύτερα είναι τα δύσκολα

Chief Marketing Officer. Όχι, ας το πούμε κάπως αλλιώς: Chief Growth Officer! Η μήπως Chief Customer Officer; Πείτε το όπως θέλετε, φίλες και φίλοι μας. Το αποτέλεσμα δεν παράγεται από τον τίτλο, παράγεται από το όραμα. Τη γνώση, τη φαντασία, το περιεχόμενο της δουλειάς. Παράγεται από τους ανθρώπους και τις ομάδες. Έλα τώρα, λίγο Philip Kotler, λίγο SEM, ένα επιμελώς ατημέλητο ντύσιμο και το 'χουμε! Ε, λοιπόν, τα brands είναι πιο πολύπλοκα. Ακόμα και από τον πιο σύνθετο ανθρωπινό χαρακτήρα! Γιατί κρίνονται από αμέτρητους ανθρώπους σε όλες τους τις διαστάσεις. Και ειδικά τώρα, που μπαίνουμε στην επόμενη πίστα. Μετά από μία δεκαετία που ασχολούμαστε εντατικά με το "digital uplift" έρχεται ξανά στην επικαιρότητα το brand σε όλες του τις διαστάσεις. Από το brand purpose μέχρι την τελευταία λειτουργική του λεπτομέρεια. Τα καλύτερα είναι τα δύσκολα. Challenge accepted!



### Η ΑΓΟΡΑ ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΙ ΣΤΑ EVENTS

Σημαντικές διοργανώσεις της εγχώριας αγοράς επιστρέφουν καθώς από την 1η Ιουλίου επανεκκινεί η δραστηριότητα συνεδρίων και εκδηλώσεων. Την Τρίτη 7 Ιουλίου, στις 20:00, στην Αίγλη Ζαππείου θα πραγματοποιηθεί η Τελετή Απονομής για τα **Corporate Affairs Excellence Awards (CAEA)**, τα βραβεία Επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων που εντάσσονται στις δράσεις του **Τομέα Εταιρικών Υποθέσεων (ΤΕΥΠ)** της **Ελληνικής Εταιρίας Διοίκησης Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ)**. Επίσης, τη Δευτέρα 13 Ιουλίου θα πραγματοποιηθεί η Τελετή Απονομής των **Lenovo Retail Business Awards** από την **Direction** και το περιοδικό **RetailBusiness** στο νέο Drive In του Δήμου Γλυφάδας (Αλ. Παναγούλη 24), χωρητικότητας 300 αυτοκινήτων. Πρόκειται για τα πρώτα Drive In Awards παγκοσμίως και στόχος είναι να αποτελέσουν μια ξεχωριστή βραδιά.

### 20 ΕΚΑΤ. ΕΠΕΝΔΥΕΙ Η LEROY MERLIN

Παρά τη δύσκολη συγκυρία, επενδύσεις 20 εκατ. ευρώ σχεδιάζει για την επόμενη τριετία στην Ελλάδα η **Leroy Merlin**, που συμπληρώνει 15 χρόνια παρουσίας στην ελληνική αγορά. Η αλυσίδα, μάλιστα, εγκαινίασε την προηγούμενη εβδομάδα το 7ο κατάστημά της στην ελληνική αγορά (5ο στην Αττική), στη Λεωφόρο Κηφισού 6ο & Ηρώς στην έξοδο Λένορμαν, το οποίο, αποτελώντας επένδυση ύψους 5 εκατομμυρίων ευρώ, και δημιουργώντας 150 θέσεις εργασίας, δημιουργήθηκε σε μόλις 7 μήνες, ξεπερνώντας επιτυχώς και τις προκλήσεις της πανδημίας του Covid-19. Διαθέτει υπερσύγχρονους χώρους, συνολικής επιφάνειας 10.000 τ.μ., αποτελώντας ακόμα μια ψήφο εμπιστοσύνης του **Adeo Group** στην ελληνική αγορά.