



### Marketing... Rules!

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

Της Σοφίας Μουσδράκα,  
Sr. Marketing Manager Greece/Cyprus @ Public Policy  
and Government Affairs, PepsiCo

## Αναβάθμιση της επικοινωνίας

**Η μεγαλύτερη πρόκληση για το marketing σήμερα είναι...** Σε μια νέα παγκόσμια πραγματικότητα, με συνεχείς ανατροπές, πληθώρα πληροφοριών και προϊόντων και με την τεχνολογία σε καθοριστικό ρόλο, μεγαλύτερη πρόκληση είναι η διαρκής ανάπτυξη καινοτομίας σε προϊόντα και επικοινωνία, που απαντούν σε πραγματικές καταναλωτικές ανάγκες και παρέχουν νέες εμπειρίες, ενισχύοντας την αξία του brand και της αγοράς.

**Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι...** Να επαναπροσδιορίσουμε τη διαφήμιση και τον τρόπο με τον οποίο υλοποιείται. Η πληθώρα ερεθισμάτων και πηγών έμπνευσης και δημιουργικότητας σχηματίζουν μια τεράστια ευκαιρία ενίσχυσης και αναβάθμισης του ρόλου της επικοινωνίας πλέον.

**Στη σημερινή συγκυρία, η τεχνολογία συνεισφέρει...** Μέσα από την τεχνολογία αναπτύσσονται σύγχρονα εργαλεία και λύσεις που δίνουν πρόσβαση σε αμέτρητες πληροφορίες και δεδομένα τα οποία με τη βοήθεια της γνωστικής και συμπεριφορικής επιστήμης συμβάλλουν καθοριστικά στο σχεδιασμό στοχευμένης, οικονομικά αποδοτικής και αποτελεσματικής επικοινωνίας.

**Η εξέλιξη που θα αλλάξει ριζικά την επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή, είναι...** Η άμεση και εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία μέσω του διαδικτύου. Τα social media αποτελούν πλέον το βασικό, αμφίδρομο κανάλι επικοινωνίας καταναλωτών και brands.

**Το μέλλον της τηλεόρασης την επόμενη δεκαετία θα είναι...** Εξαιρετικά ενδιαφέρον, στη ψηφιακή εποχή. Η τηλεόραση θα συνεχίσει να έχει απήχηση καθώς όλο και περισσότεροι πολίτες προσανατολίζονται στη νέα ψηφιακή τηλεοπτική εμπειρία, που πλέον αλλάζει τόσο τον τρόπο κατανάλωσης της τηλεόρασης, όσο και το ίδιο το περιεχόμενο. Μετατρέπεται, ήδη, σε μία εξατομικευμένη υπηρεσία που στηρίζεται στην κατανάλωση πλούσιου, εξειδικευμένου περιεχομένου.

**Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο Marketer του αύριο είναι...** Είναι και πρέπει να είναι business leader και strong brand builder. Παράλληλα, το μάρκετινγκ χρησιμοποιεί δεδομένα, επικεντρώνεται στην ανάλυση, αξιοποιεί την τεχνολογία και σε συνδυασμό με την ισχυρή προσωπική διαίσθηση σχεδιάζει τη στρατηγική και την επικοινωνία για την ανάπτυξη των brands και των επιχειρήσεων.

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



### MARKET RESEARCH

## Η Focus Bari φέρνει την YouGov στην Ελλάδα

**Η Focus Bari εγκαινιάσει** στρατηγική συνεργασία με τη YouGov, μία από τις πιο γνωστές και ταχύτερα αναπτυσσόμενες εταιρείες online ερευνών με διεθνή παρουσία. Στο πλαίσιο αυτό, οι δύο εταιρείες φέρνουν στην ελληνική αγορά λύσεις και πλατφόρμες όπως τα προϊόντα BrandIndex και Profiles, που δίνουν στα brands τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν μία πηγή πληροφόρησης για όλες τους τις ενέργειες, από τη διερεύνηση και τα πλάνα μέχρι τη στρατηγική και την αξιολόγηση. Όπως δήλωσε η Βαλέρια Τσάμπ, Managing Director της Focus Bari, «το όραμα της Focus Bari και της YouGov έχουν κοινό στοιχείο τη λέξη "σύνδεση". Μέσα από αυτή τη στρατηγική συνεργασία ενισχύουμε τη σύνδεση των μαρκών με τους καταναλωτές και εντάσσουμε την Ελλάδα σε ένα παγκόσμιο και μεγάλο κύριος δίκτυο online ερευνών που "ακούει" τη φωνή 9,6 εκατ. ανθρώπων σε 44 χώρες».

### ADVERTISING

## Στην Marketing Greece η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου

**Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου** ανέθεσε στην Marketing Greece τη διαφημιστική προβολή και προώθηση της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου με στοχευμένες ενέργειες προβολής τουριστικών προορισμών της Περιφέρειας, δαπάνης 241.800 ευρώ συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ. Το έργο περιλαμβάνει τη διενέργεια ψηφιακής διαφημιστικής καμπάνιας (Digital Campaign) για τα υψιά της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου (δημιουργία νέων ταξιδιωτικών άρθρων στο Discovergreece.com, αξιοποίηση υπάρχοντος περιεχομένου και προβολή στο Discovergreece.com & τα Social Media κανάλια του) και πρόγραμμα διαφημιστικής προβολής (Digital Advertising Plan).

### MEDIA

## ANT1: 30 χρόνια EKE

**Με αφορμή τη συμπλήρωση** των 30 χρόνων του, ο ANT1 κάνει απολογισμό της δραστηριότητάς του σε κοινωνικά ζητήματα. Στα 30 χρόνια παρουσίας του, ο ANT1 σχεδίασε και υλοποίησε ένα ευρύ πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και προσφοράς, πραγματοποιώντας πολλές και διαφορετικές καμπάνιες με στόχο την ενίσχυση ιδρυμάτων, σωματείων, οργανισμών, αλλά και μεμονωμένων προσώπων. Η προσφορά του έφτασε, μέχρι σήμερα, το ποσό των 3.600.000 ευρώ. Σημαντικό ήταν και το ποσό που συγκεντρώσαν οι δύο μεγάλοι Τηλεμαραθώνιοι, το 2006 και το 2007, καθώς 5.000.000 ευρώ διατέθηκαν για την κάλυψη των αναγκών 23 ιδρυμάτων που φιλοξενούν παιδιά σε όλη την Ελλάδα. Ενδεικτικά, την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων και του Πάσχα, το πρόγραμμα του ANT1 και τα πρόσωπα του σταθμού στηρίζουν έναν διαφορετικό, κάθε φορά, οργανισμό, στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας «Κάνε την Αγάπη Πράξη», ενώ τον Απρίλιο του 2020, ο όμιλος συνέβαλε στην ενίσχυση του Εθνικού Συστήματος Υγείας.