Η «ΝΕΑ ΚΑΝΟΝΙΚΟΤΗΤΑ» ΑΠΑΙΤΕΙ ΝΕΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

Ρεκόρ προσλήψεων CMOs παρά την πανδημία

Σε μια εξέλιξη μάλλον όχι και τόσο αναμένομενη, οι νέες τοποθετήσεις CMOs στο πρώτο εξάμηνο της χρονιάς κατέγραψαν ρεκόρ, παρά την πανδημία του Covid-19 και το νέο πλάισιο που έχει δημιουργήσει. Αυτό προκύπτει τουλάχιστον από πρόσφατη μελέτη της **Russell Reynolds Associates** στις ΗΠΑ, σύμφωνα με την οποία το πρώτο εξάμηνο του 2020 ανακοινώθηκαν 243 νέες τοποθετήσεις Chief Marketing Officers.

Όπως φαίνεται, λοιπόν, παρά τις περικοπές στα marketing budget και την αβεβαιότητα της εποχής, οι CEOs δεν φοβούνται να πραγματοποιήσουν αλλαγές στην

κορυφή των τμημάτων marketing και, κυρίως, δεν έχουν πάψει να πιστεύουν στη σημασία και στο ρόλο που έχουν να διαδραματίσουν οι CMOs. Φυσικά, όμως, πλέον η διαδικασία πρόσληψης ενός CMO έχει αλλάξει σημαντικά, ενώ φαίνεται πως έχουν αλλάξει και τα κριτήρια για την επιλογή ενός. Από τη μελέτη της Russell Reynolds προκύπτει πως οι εταιρείες αναζητούν πλέον ανθρώπους που διαθέτουν δεξιότητες που τους επιτρέπουν *«να προσαρμόζονται στην ταχύτατα μεταβαλλόμενη καταναλωτική συμπεριφορά»*.

Υπενθυμίζεται πως τον περασμένο Δεκέμβριο η **Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζομένων (WFA)** διεξήγαγε παγκόσμια έρευνα για τους marketers, το ρόλο τους και τις διαρκώς αυξανόμενες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σε έναν κόσμο που αλλάζει ταχύτατα.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με τον ερευνητικό οργανισμό 2CV και 28 εθνικούς συνδέσμους διαφημιζόμενων σε όλο τον κόσμο, μεταξύ των οποίων και ο **Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)**. Το 71% των ερωτηθέντων συμφώνησε ότι το *«ευρύτερο επιχειρηματικό πνεύμα, πέρα από τις γνώσεις marketing»*, είναι μια σημαντική δεξιότητα για τους marketers σήμερα και το 82% πως η πολιτισμική ευαισθησία είναι πολύ σημαντική. Σημαντικά επίσης είναι τα soft skills, με το 91% των ερωτηθέντων να προτάσσουν την περιέργεια, την ενέργεια, το πάθος και την ευελιξία.

Στον διευρυμένο και πιο σημαντικό από ποτέ ρόλο των CMOS φαίνεται πως οφείλεται και η κινητικότητα που καταγράφεται σήμερα, η οποία, σύμφωνα με τον **Richard Sanderson** της συμβουλευτικής **Spencer Stuart,** μπορεί να γίνει ακόμη μεγαλύτερη στις αρχές του επόμενου χρόνου. Σε δηλώσεις του στο Adage τόνισε πως οι CEOs θα κληθούν να βρουν απαντήσεις στις προκλήσεις τις επόμενης ημέρας και θα αναζητήσουν ακόμη πιο έντονα τους κατάλληλους CMOs. Σύμφωνα με τον Sanderson, οι CEOs αναζητούν CMOs που εστιάζουν στα σωστά μηνύματα, στο σωστό media mix και στα σωστά προϊόντα/υπηρεσίες, για να απαντήσουν στη «νέα κανονικότητα». Ακόμη αναφέρει πως οι CMOs αυτοί θα πρέπει, επίσης, να μπορούν να «χτίσουν» στις ομάδες τους τις δεξιότητες που απαιτούνται, προκειμένου να μπορούν να ακολουθήσουν τις ψηφιακές τάσεις που έχουν επιταχυνθεί λόγω της πανδημίας.

Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το 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.

FOOD WASTE: ΕΝΙΣΧΥΕΤΑΙ Η «ΣΥΜΜΑΧΙΑ» ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μια πρωτοβουλία της οργάνωσης **«Μπορούμε»** και της **ΑΒ Βασιλόπουλος,** η **«Συμμαχία για τη Μείωση Σπατάλης Τροφίμων» (Alliance for the Reduction of Food Waste)** στην Ελλάδα, συνεχώς διευρύνεται και αποκτά πολλαπλασιαστική δυναμική. Ήδη έχουν υπογράψει την **«Εθελοντική Συμφωνία Συνεργασίας»** για την πρώτη **«Συμμαχία για τη Μείωση Σπατάλης Τροφίμων»** στην Ελλάδα οι: **ΑΒ Βασιλόπουλος, Αμερικανική Γεωργική Σχολή, Γρηγόρης, ΔΕΛΤΑ, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Σχολή Χημικών Μηχανικών, Εργαστήριο Χημείας & Τεχνολογίας Τροφίμων, ΕΚΠΟΙΖΩ, Μπάρμπα Στάθης, Μπορούμε, Μύλοι Λούλη, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων/ Εργαστήριο Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Αγροτικού Χώρου, ΣΕΒΤ, Τράπεζα Τροφίμων, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Draxis Environmental, Eurocatering, Gaia Επιχειρείν, Intercatering, Nestlé Ελλάς, NFA - Natural Food Additives, WWF Ελλάς.**