

JERRY DAYKIN, GSK, WFA

# «Η διασφάλιση διαφορετικότητας δεν αφορά μόνο το περιεχόμενο»

Της Κατερίνας Νικολοπούλου, knikolopoulou@boussias.com

Δίκαιη εκπροσώπηση ομάδων, διασφάλιση διαφορετικότητας και ίσης μεταχείρισης στο εσωτερικό των εταιρειών και media επιλογές που δεν αποκλείουν, αλλά ενώνουν και στηρίζουν την ποικιλομορφία. Μπορούν τα brands να τα καταφέρουν;

**Θ**ετικά απαντά ο Jerry Daykin, Senior Media Director, EMEA GSK Consumer Healthcare Marketing, ο οποίος απέκτησε πρόσφατα τον ρόλο του Diversity & Inclusion Ambassador της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων. Στο περιθώριο της keynote ομιλίας του στο 5ο Breakfast Session του ΣΔΕ με θέμα «Diversity & Inclusion: Challenges and opportunities», μιλά στο Marketing Week για το «ταξίδι» των brands προς την επίτευξη διαφορετικότητας και μοιράζεται πολύτιμα insights και άμεσα εφαρμόσιμες συμβουλές.

**MW:** Τα τελευταία χρόνια η διαφορετικότητα έχει εξελιχθεί σε buzzword στις συζητήσεις γύρω από το marketing και πολλά brands έχουν αναλάβει λιγότερο ή περισσότερο συνεπή δράση. Πώς θα περιγράφατε την κατάσταση σήμερα; Ποιες είναι οι βασικότερες προκλήσεις;

**Jerry Daykin:** Είναι υπέροχο το γεγονός ότι η διαφορετικότητα και η εκπροσώπηση εμφανίζονται περισσότερο στην agenda του marketing εδώ και μερικά χρόνια και αναμφίβολα η φετινή χρονιά έχει φέρει αυτά τα ζητήματα εμφατικά στο προσκήνιο. Θα πρέπει όμως να αναγνωρίσουμε ότι αν και οι marketers είναι πιο συνειδητοποιημένοι σχετικά, ο δρόμος είναι ακόμη μα-



Jerry Daykin

κρύς μέχρι την απόλυτη εκπλήρωσή τους. Αυτό ισχύει τόσο ως προς τη διαφορετικότητα των ανθρώπων που απασχολούνται στη βιομηχανία, αλλά και ως προς τη θετική εκπροσώπηση των καταναλωτών στις ενέργειες marketing που υλοποιούμε

**Πώς μπορεί μια μάρκα να κάνει πιο inclusive το περιεχόμενό της; Γνωρίζετε τέτοια παραδείγματα στην ελληνική αγορά;**

Το να βελτιώσουμε τα επίπεδα διαφορετικότητας και θετικής εκπροσώπησης στο περιεχόμενό μας είναι μια από τις πιο άμεσες αλλαγές που μπορούμε να πραγματοποιήσουμε ως marketers και δεν είναι κάτι που θα πρέπει να μας αγχώνει. Ξεκινάμε απλές επιλογές στο casting ώστε να περιλαμβάνεται μεγαλύτερο εύρος καταναλωτών, διασφαλίζοντας ότι τους απεικονίζουμε θετικά και ότι αποφεύγουμε τα στερεότυπα. Κάποια brands μπορούν

να χτίσουν πάνω σε αυτό ώστε να αναπτύξουν πιο προοδευτικό storytelling και να συνάψουν συνεργείες με διαφορετικά communities, αλλά αυτό δεν είναι κάτι που πρέπει να ακολουθήσουν όλοι. Έχοντας δουλέψει για τη Mondelez, πάντα θαύμαζα τη δουλειά της Lacta σε αυτό το κομμάτι και οι πρόσφατες πρωτοβουλίες της να αγκαλιάσει την αγάπη σε όλες της τις εκφάνσεις κινούνται προς την ίδια κατεύθυνση.

**Η Παγκόσμια Ομοσπονδία Διαφημιζόμενων (WFA) πρόσφατα συγκρότησε μια ειδική ομάδα για την προώθηση της διαφορετικότητας με εσάς και την Belinda Smith ως πρεσβευτές. Ποιος είναι ο ρόλος του φορέα και ποιες οι προτεραιότητές του;**

Είμαι υπερήφανος που συμμετέχω στην προεδρία της task force για τη διαφορετικότητα της WFA, μαζί με την Belinda Smith και μια ομάδα περίπου 20 senior marketers από όλο τον κόσμο. Πρόκειται για μια προσπάθεια να φέρουμε κοντά κάποιους από τους πρωτοπόρους του χώρου και να συγκεντρώσουμε ορισμένα από τα βέλτιστα πλαίσια, εργαλεία και πόρους, με στόχο να καταστήσουμε όσο πιο εύκολη γίνεται η στήριξη και άλλων marketers ώστε να επιφέρουν μια αντίστοιχη αλλαγή. Ελπίζουμε να αποτελέσουμε καταλύτη για περαιτέρω αλλαγή διεθνώς, κυνηγώντας κάθε δυνατή ευκαιρία. Το πρώτο μας εγχείρημα αποτελεί τον εισαγωγικό οδηγό με τίτλο «A marketer's approach to diversity & inclusion», τον οποίο ο Σύνδεσμος Διαφημιζόμενων Ελλάδας απέδωσε στα ελληνικά και τον μοιράστηκε με τα μέλη του, αλλά και ευρύτερα με stakeholders από την αγορά της επικοινωνίας, την πολιτεία, τα media κ.λπ.

**Στον οδηγό αυτόν αναφέρεστε σε ένα πρόβλημα που απασχολεί τους marketers εδώ και καιρό, το brand safety. Τα blocklists εμφανίστηκαν ως λύση αλλά τελικά προάγουν τον αποκλεισμό. Υπάρχει άλλος δρόμος προς την ασφάλεια, χωρίς να γίνονται διακρίσεις εναντίον ομάδων;**

Ός κάποιος που εργάζεται συγκεκριμένα στα media, έχω σαφή επίγνωση ότι η διαφορετικότητα δεν έχει να κάνει μόνο με το περιεχόμενο που παράγουμε, συνδέεται επίσης με τις αποφάσεις μας στο κομμάτι των Μέσων. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, οι διαφημιζόμενοι

συνειδητοποιούν ότι τα διαφημιστικά τους κονδύλια μπορεί να καταλήξουν να χρηματοδοτούν ρητορική μίσους εναντίον μειονοτήτων και άλλο επισφαλές για το brand περιεχόμενο. Δικαίως πολλοί φροντίζουν να περιορίζουν και να αποκλείουν περιεχόμενο μίσους, αλλά πρέπει να είσαι πολύ προσεκτικός για να μην αποκλείσεις ακούσια θετικές διαφορετικές φωνές. Έχουν καταγραφεί πολλά παραδείγματα με brands που συμπεριλαμβάνουν στα blocklists τους γενικές λέξεις όπως «μυσοσυλμάνος» ή «λεοβία», κάτι που δεν τους επιτρέπει να εμφανιστούν δίπλα σε θετικά κείμενα και να τα στηρίζουν. Η τεχνολογία για καλύτερη διαχείριση βελτιώνεται και σταδιακά μπορούμε να ελέγξουμε πού εμφανίζονται οι διαφημίσεις μας με βάση την καλύτερη κατανόηση του context και όχι έναν απλό αποκλεισμό λέξεων. Ακόμα και πριν φτάσουμε ολοκληρωτικά εκεί, είναι εφικτή μια πιο προσεκτική προσέγγιση που στηρίζεται λιγότερο σε μεμονωμένες λέξεις και περισσότερο στην ενεργό επιλογή των ιστοσελίδων και των πλατφορμών όπου επιθυμούμε να εμφανιστούμε. Στοχεύστε σε ένα προγραμματισμό media που περιλαμβάνει διαφορετικά Μέσα, ή συνεργαστείτε μαζί τους για συγκεκριμένες καμπάνιες και δυνατότητες ανάπτυξης περιεχομένου. Βαθμιαία εμφανίζονται δίκτυα, όπως το Brand Advance, ή εγχειρήματα από agencies με στόχο να συγκεντρώσουν μεγάλη γκάμα τίτλων που απευθύνονται σε ευρύτερα κοινά.

**Κατά την καίρια εισήγησή σας στο 5ο Breakfast Session που διοργάνωσε ο ΣΔΕ, υπογραμμίσατε την ανάγκη για διαφορετικότητα στο εσωτερικό των εταιρειών. Πόσο σημαντική είναι και ποια η σχέση της με τη δίκαιη εκπροσώπηση στην επικοινωνία;**

Η αποτύπωση της διαφορετικότητας μπροστά από τις κάμερες προκύπτει πολύ πιο φυσικά όταν διαθέτεις διαφορετικές οπτικές και απόψεις στα γραφεία και πίσω από τις κάμερες, αλλά η συμπερίληψη και η ενσωμάτωση στη βιομηχανία μας χρειάζονται μακροχρόνια προσπάθεια. Είναι απαραίτητο να διασφαλίσουμε δίκαιη αντιμετώπιση και ισότιμες ευκαιρίες ανάπτυξης για όλους όσοι εργάζονται στο marketing και στη συνέχεια να κάνουμε περισσότερα ώστε να ενθαρρύνουμε ένα μεγαλύτερο εύρος ανθρώπων να ενταχθούν στην αγορά μας.

**Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΣΔΕ**

Ο ΣΔΕ έχει θέσει στην κορυφή της ατζέντας του για το 2020 τα θέματα της Διαφορετικότητας και της Ισότητας Ένταξης. Πρόκειται για τη φυσική συνέχεια και το επόμενο βήμα μιας διαδρομής που έχει ξεκινήσει το 2018, με την συζήτηση για την αποφυγή των στερεοτύπων στη διαφήμιση. Έχει υλοποιήσει πλήθος δράσεων ενημέρωσης κι εκπαίδευσης, τόσο των εταιρειών – μελών του, όσο κι ευαισθητοποίησης όλων των κρίσιμων εμπλεκόμενων μερών. Ο αναλυτικός οδηγός «Η προσέγγιση των marketers στη διαφορετικότητα και την ισότητα ένταξη» βρίσκεται στη διάθεση κάθε ενδιαφερόμενου επαγγελματία, φυσικού προσώπου ή οργανισμού που θέλει να εμβαθύνει στα ζητήματα αυτά.

Η συνεργασία με μια διεθνή ομάδα ή μια ποικιλόμορφη βεντάλια agencies συνιστούν χρήσιμους τρόπους προβολής νέων προσεγγίσεων.

**Υπάρχουν κάποια βήματα που μπορούν τα brands να κάνουν άμεσα προκειμένου να ξεκινήσουν ή να αναβαθμίσουν το «ταξίδι» προς τη διαφορετικότητα, την ενσωμάτωση και τη δίκαιη εκπροσώπηση;**

Στο τέλος του νέου οδηγού της WFA τονίζουμε 5 κινήσεις στις οποίες μπορείτε να προβείτε αυτή τη στιγμή:

1. Προσδιορίστε τον σκοπό σας, επιλέξτε την αφετηρία σας και ορίστε στόχους ώστε να αξιολογήτε την εξέλιξη.
2. Εστιάστε στους ανθρώπους και εξετάστε την κουλτούρα, καθώς και τυχόν εμπόδια όπως διαδικασίες HR ή πολιτικές πρόσληψης.
3. Βεβαιωθείτε ότι το περιεχόμενό σας αντανακλά αβίαστα τη διαφορετικότητα των καταναλωτών και αναζητήστε ευκαιρίες ώστε να αφηγηθείτε συνειδητά προοδευτικές ιστορίες.
4. Κατανοήστε ότι οι επιλογές σας σε επίπεδο media αποτελούν επίσης μια επένδυση στο περιεχόμενο που τα περιβάλλει και να είστε προσεκτικοί στο τι στηρίζετε οικονομικά.
5. Αν έχετε τη σωστή στάση και πρόθεση, ακόμη κι αν δεν έχετε τελειοποιήσει ακόμη κάθε πτυχή, μπορείτε να αποτελέσετε παράγοντα θετικής αλλαγής. **MW**