ΣΤΟ ΔΡΟΜΟ ΤΟΥ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Το marketing ενισχύεται για την επόμενη μέρα

Υποστήριξη από τη Διοίκηση, ελευθερία όσον αφορά τη λήψη αποφάσεων και επενδύσεις στην εκπαίδευση, απαιτούνται προκειμένου να επιτευχθεί η ζητούμενη αλλαγή και να δημιουργηθεί ένας οργανισμός marketing που θα είναι προετοιμασμένος για το μέλλον (future fit), σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της **WFA**. Η κρίση της πανδημίας φαίνεται πως λειτουργεί σαν καταλύτης αλλαγών σε πολλά επίπεδα και είναι σίγουρα θετικό πως ο κόσμος της επικοινωνίας και του marketing όχι μόνο αναγνωρίζει πως πρέπει να προχωρήσει σε αλλαγές, αλλά έχει ήδη μπει στο σχετικό μονοπάτι. Η μελέτη της WFA με τίτλο «Marketing Transformation: Delivering the Future Fit Organisation» καταδεικνύει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των πολυεθνικών επιχειρήσεων έχουν ξεκινήσει το εγχείρημα του μετασχηματισμού τους. Το 32% αναφέρει πως «καταγράφει καλή πρόοδο», ενώ το 22% θεωρεί πως είναι σε «αρκετά προχωρημένο» στάδιο. Φυσικά, υπάρχει και το 37% που δηλώνει πως «μόλις ξεκίνησε το ταξίδι», αλλά δεν θα πρέπει να παραβλέπουμε πως αυτό στην ουσία σημαίνει πως το 91% ήδη διαθέτει πλάνο μετασχηματισμού marketing, το οποίο και υλοποιεί, ανεξάρτητα από το στάδιο στο οποίο βρίσκεται αυτήν τη στιγμή.

Βέβαια, η έρευνα, που υλοποιήθηκε σε συνεργασία με τη **SCHEMA** της **Dentsu**, αναγνωρίζει 5 βασικές διαφορές μεταξύ των επιχειρήσεων που έχουν καταγράψει κάποια πρόοδο και εκείνων που βρίσκονται στα αρχικά στάδια του μετασχηματισμού marketing. Συγκεκριμένα, πρόκειται για τις εξής:

- Οι μισοί από τους «προχωρημένους» οργανισμούς τυγχάνουν ενεργού στήριξης από τα C-Suite στελέχη. Αντιθέτως, αυτό συμβαίνει μόλις με το 4% των οργανισμών που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της διαδικασίας.
- Ο μετασχηματισμός επιταχύνεται όταν η ηγεσία του οργανισμού αντιμετωπίζει το marketing ως αποδεδειγμένη πηγή ανάπτυξης. Αυτό συμβαίνει στο 43% των «προχωρημένων» οργανισμών αλλά μόνο στο 15% των επιχειρήσεων του αρχικού σταδίου.
- Το ένα τρίτο των «προχωρημένων» οργανισμών δηλώνουν πως επενδύουν σημαντικά στην εκπαίδευση και στην ανάπτυξη που απαιτείται για έναν επιτυχημένο μετασχηματισμό. Το αντίστοιχο ποσοστό για τις επιχειρήσεις του αρχικού σταδίου είναι μόλις 4%.
- Στους οργανισμούς χρειάζεται να δοθεί αφενός η δυνατότητα, αφετέρου η ελευθερία, για να επιτύχουν. Οι μισοί από τους «προχωρημένους» οργανισμούς αναφέρουν πως τους έχουν παρασχεθεί σε σημαντικό/απόλυτο επίπεδο. Μόλις 13% των επιχειρήσεων που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο μετασχηματισμού marketing δηλώνουν κάτι τέτοιο.
- Είναι απαραίτητο να υπάρχει ένα σαφές πλάνο με ξεκάθαρες δράσεις, όσον αφορά το μετασχηματισμό, marketing. Το 82% των «προχωρημένων» οργανισμών έχουν καταρτίσει ένα ξεκάθαρο πλάνο, ενώ μόλις 25% από τις επιχειρήσεις των αρχικών σταδίων έχουν ακολουθήσει αυτόν το δρόμο.

Στη μελέτη έλαβαν μέρος 56 senior στελέχη με διεθνείς ρόλους απο 51 εταιρείες,που συνολικά επενδύουν πάνω από 38 δισ. δολάρια ετησίως σε επικοινωνία και marketing. Παρά τις προκλήσεις και τις δυσκολίες που καταδεικνύει όσον αφορά τη διαδικασία, το βασικό της εύρημα, που συνίσταται στο ότι ο κόσμος της επικοινωνίας και του marketing βαδίζει στο δρόμο του μετασχηματισμού, σίγουρα επιτρέπει αισιοδοξία για την επόμενη ημέρα.

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.

ΕΛΛΑΔΑ: ΑΝΑΠΤΥΞΗ 3,5% ΤΟ 2021 ΚΑΙ 5% ΤΟ 2022

Ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας με ρυθμό 3,5% φέτος και 5% το 2022 προβλέπει η **Ευρωπαϊκή Επιτροπή** στην έκθεσή της με τις χειμερινές προβλέψεις. Η ανάκαμψη θα συνεχίσει να στηρίζεται κυρίως από την ιδιωτική κατανάλωση, ενώ οι καθαρές εξαγωγές αναμένεται να συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξη το 2021 και το 2022, με την πορεία του εμβολιασμού να αναμένεται να στηρίξει μια σταδιακή επάνοδο των τουριστών στην Ελλάδα. Όπως σημειώνει η έκθεση, το ελληνικό ΑΕΠ αυξήθηκε κατά 2,3% στο τρίτο τρίμηνο του 2020, μετά την επανεκκίνηση της οικονομίας και την προσωρινή χαλάρωση των περιοριστικών μέτρων. Μετά την εφαρμογή νέων περιοριστικών μέτρων στο τέταρτο τρίμηνο του έτους, το ΑΕΠ εκτιμάται ότι μειώθηκε σε σύγκριση με το τρίτο τρίμηνο. Συνολικά, το ΑΕΠ αναμένεται να έχει μειωθεί κατά 10% το 2020. Η ανεργία ανήλθε στο 16,7% τον Οκτώβριο του 2020, παρόμοια με ένα χρόνο πριν, που δείχνει ότι ο αντίκτυπος της οικονομικής κρίσης στην εργασία παραμένει σχετικά περιορισμένος. Οι προβλέψεις δεν περιλαμβάνουν την συμβολή του Σχεδίου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας, το οποίο θα μπορούσε να δώσει σημαντική ώθηση στην εγχώρια ζήτηση μόλις εφαρμοστεί.