



Marketing... Rules!

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

Κωνσταντίνα Τζώκα,
Chief Marketing Officer,
L'oreal Hellas

«Marketer in the digital era»

Το σημαντικότερο marketing lesson που μας άφησε το 2020 είναι... η κατάργηση του όρου «Digital Marketer» και η εδραίωση του «Marketer in the digital era» που δεν είναι πλέον τάση, αλλά πραγματικότητα.

Το διαχρονικό «σημάδι» της πανδημίας στον καταναλωτή είναι... ότι η πανδημία ενίσχυσε και επέσπευσε το digital & channel shift. Εν μέσω πανδημίας, παρατηρήσαμε ότι οι καταναλωτές ήταν πολύ πιο έτοιμοι από ότι περιμέναμε να ασπαστούν την τεχνολογία και να αλλάξουν ριζικά τη συμπεριφορά και τις απαιτήσεις τους. Αυτός ο νέος «συνδεδεμένος» τύπος καταναλωτή δεν είναι παροδικός, αλλά ήρθε για να μείνει και απαιτεί ευκολία, διαφοροποίηση, συνάφεια, σύνδεση σε πραγματικό χρόνο, αλλά πάνω απ' όλα εμπιστοσύνη και διαφάνεια από προϊόντα και μάρκες που ανταποκρίνονται γρήγορα στις μεταβαλλόμενες ανάγκες τους.

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι... ευελιξία, γρήγορη υιοθέτηση της τεχνολογίας, ολιστική προσέγγιση, διαφύλαξη του brand purpose και πάνω από όλα συνεργατικότητα και διαφάνεια.

Επενδύω σε Μέσα που... μπορώ να αξιολογήσω την απόδοσή τους με τη μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια και που μπορώ να βελτιστοποιήσω άμεσα.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο είναι... πολλές! Όπως είχα διαβάσει κάποτε ένας CMO είναι σαν τον ελβετικό σουγιά λόγω του εύρους των δεξιοτήτων που πρέπει να έχει. Ένας Marketer πρέπει να έχει εμπειρία στο brand building, να κατανοεί σε βάθος την επιχειρηματική δραστηριότητα, να γνωρίζει στο μέγιστο όλες τις ψηφιακές πλατφόρμες και όλα τα είδη επικοινωνίας, αλλά και να έχει ουσιαστική κατανόηση της αγοράς και του καταναλωτή. Τέλος, παράλληλα με το να χτίζει τις απαιτούμενες δυνατότητες και δεξιότητες των επιμέρους ομάδων εσωτερικά, πρέπει να επενδύει και σε δυνατές σχέσεις συνεργασίας με media και creative agencies.

Το remote working είναι... μια νέα πραγματικότητα που προσφέρει πλήθος ευκαιριών: για ισορροπία προσωπικής και επαγγελματικής ζωής, προσωποποιημένης διαμόρφωσης των εργασιακών ωρών, για απο-αστικοποίηση μέσω των digital nomads - πάντα σε συνδυασμό με την προσωπική επαφή, που εξακολουθεί να είναι απαραίτητη.

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



DIGITAL MARKETING

Στην Wizard ανέθεσε η Enterprise Rent A Car

Η Wizard Performance Advertising Agency εγκαινιάζει μία νέα συνεργασία με την Enterprise Rent A Car, η οποία δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 100 χώρες, με πάνω από 9.500 καταστήματα. Ως στρατηγικός συνεργάτης, η Wizard στοχεύει στο να ανοίξει νέους δρόμους για την Enterprise Rent A Car, υλοποιώντας ένα ολοκληρωμένο πλάνο online προώθησης με Creative Concept, Video Production, Performance & Awareness καμπάνιες σε Google Search, Display, YouTube και Social Media σε Ελλάδα και χώρες του εξωτερικού όπως Κροατία, Βουλγαρία, Βοσνία, Μαυροβούνιο, Σερβία, Σλοβενία, Κύπρος κ.ά. Βασικοί στόχοι της συνεργασίας είναι η μεγιστοποίηση των κρατήσεων και η αύξηση της αναγνωρισιμότητας των Business rentals υπηρεσιών της Enterprise Rent A Car.

MARKETING

Η Έφη Βλόντζου στην Pescanova

Η Έφη Βλόντζου εντάχθηκε στο δυναμικό της Pescanova Hellas, αναλαμβάνοντας καθήκοντα Marketing Director για τα κανάλια Retail και Food Service. Η Έφη Βλόντζου διαθέτει πολυετή εμπειρία στο marketing των FMCGs. Η επαγγελματική της πορεία περιλαμβάνει ρόλο Regional Marketing Manager NA Ευρώπης στην Imperial Tobacco, με ευθύνη 6 αγορών. Στο παρελθόν έχει διατελέσει, μεταξύ άλλων, Head of Marketing στην Perfetti Van Melle και Brand Manager, με διευρυμένα καθήκοντα, στη Melissa Κίκιζας.

MARKETING

Η Παπαστράτος με νέα στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης

Με αφορμή τα 90 χρόνια από τα εγκαίνια του εργοστασίου της στον Πειραιά και με βασικό σύνθημα «Ξαναγεννιόμαστε», η Παπαστράτος ανακοίνωσε σε ειδική εκδήλωση, νέα επένδυση ύψους 125 εκατ. ευρώ και παρουσίασε τη στρατηγική της για βιώσιμη ανάπτυξη. Όπως επεσήμανε ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Παπαστράτος, Χρήστος Χαρπαντίδης, η στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης της Παπαστράτος έχει σαφείς, μετρήσιμους στόχους με συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα επίτευξης και βασίζεται σε 5 πυλώνες: Καινοτομία προϊόντων, Υποδειγματική λειτουργία, Εργαζόμενοι και συνεργάτες, Περιβάλλον, Κοινωνία. Ενδεικτικά, στόχος είναι μέχρι το 2023, το 75% των καθαρών εσόδων της Παπαστράτος να προέρχεται από καινοτόμα εναλλακτικά προϊόντα, το 100% των νέων ηλεκτρονικών συσκευών να φέρει τεχνολογία επιβεβαίωσης ηλικίας και το 40% των διευθυντικών θέσεων της εταιρείας να καλύπτεται από γυναίκες. Παράλληλα, η νέα επένδυση των 125 εκατ. ευρώ έχει στόχο την ενίσχυση της παραγωγικής δυνατότητας του εργοστασίου στον Ασπρόπυργο, την επέκταση των εξαγωγών και την αύξηση του Ανθρώπινου Δυναμικού της εταιρείας.